عالم المعرفة
سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها
المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب - الكويت

الثورة الرقمية، ثورة ثقافية؟

تأليف: ريمي ريفيل
ترجمة: سعيد بلمبخوت
مراجعة: الزواوي بغورة



عالم المعرفة سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها
المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب - الكويت

صدرت السلسلة في يناير 1978
أسسها أحمد مشاري العدواني (1923-1990) ود. فؤاد زكريا (1927-2010)

الثورة الرقمية، ثورة ثقافية؟

تأليف: ريمي ريفيل
ترجمة: سعيد بلمبخوت
مراجعة: الزواوي بغورة



يوليو 2018
462

العنوان الأصلي للكتاب

Revolution Numerique, Revolution Culturelle?

By

Remy Rieffel

Gallimard

طُبع من هذا الكتاب ثلاثة وأربعون ألف نسخة

شوال 1439 هـ ـ يوليو 2018



سلسلة شهرية يصدرها
المجلس الوطني للثقافة
والفنون والآداب

ترسل الاقتراحات على العنوان التالي:

السيد الأمين العام

للمجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب

ص. ب: 28613 - الصفاة

الرمز البريدي 13147

دولة الكويت

هاتف: 22431704 (965)

www.kuwaitculture.org.kw

التنضيد والإخراج والتنفيذ

وحدة الإنتاج في المجلس الوطني

ISBN 978 - 99906 - 0 - 593 - 8

المواد المنشورة في هذه السلسلة تعبر
عن رأي كاتبها ولا تعبر بالضرورة عن رأي المجلس

المحتوى

مقدمة المترجم

أثار الانتشار السريع للتقنيات الرقمية خلال العقدين الأخيرين إمكانية الحديث عن العصر الرقمي وآفاقه وتأثيره في كل مجالات الحياة. ولهذه «الثورة الرقمية» التي أحدثت تغييرا في العالم آثار لا تقتصر على الصناعات وطرق الإنتاج، بل تمتد كذلك إلى المنظور المعرفي. وعن مدى تأثير هذه الطفرة الصناعية، حاول ريمي ريفيل Rémy Rieffel، باعتباره متخصصا في دراسة وسائل الإعلام والمجال الرقمي والصحافة والإنترنت، في كتابه «الثورة الرقمية، ثورة ثقافية؟» إثارة التفكير في ظهور العصر الرقمي في سياق نمط مزدوج يتعلق بالتقنية والدراسات الثقافية. والفكرة الأساسية

«حاول المؤلف إثارة التفكير في ظهور العصر الرقمي في سياق نمط مزدوج يتعلق بالتقنية والدراسات الثقافية»

لهذا الاختيار هي أن الرقمي يعتبر مجالا تتعايش من خلاله المنتجات الثقافية على اختلافها مع الأقطاب التكنولوجية. في كتابه هذا يطرح ريفيل العديد من التساؤلات، من قبيل مزايا انتشار المعلومة وتأثير التكنولوجيات الحديثة على تصرفاتنا الشخصية والجماعية، وتقييم كيفية التصرف والتفكير والمعرفة. ويرمي إلى توضيح ما هو الرقمي بالنسبة إلينا (كأفراد)، وبالنسبة إلى غيرنا (كمجتمع)، وهل يعزز، كما يؤكد على ذلك دائما، أحد أشكال المؤانسة الجديدة (عبر الربط)، و«التعبير» للأفراد (تعليق، أو حوار، أو إبداء الرأي؟)، ثم يتساءل عمّا يغيره الرقمي عند الولوج إلى المعرفة، والمعلومات (المعطيات، والمؤلفات، والأفلام... إلخ)، هل يشجع شكلا جديدا من الإبداع، وتبادلات جديدة للمضمون وإنتاجات ذاتية (موسيقى، وأفلاما، وألعاب فيديو؟) وهل يشكل مصدرا حقيقيا للتجديد الثقافي؟ ويتطرق إلى ما يغيره الرقمي مع الوصول إلى المعلومة (بمعنى الخبر)، وما يتعلق بالآراء والتمثيلات في المجال السياسي، وهل يعمل على تيسير نقاش الأفكار، ومزيد من التحاور، وتوسيع المجال العمومي، والديموقراطية التشاركية؟ ويخصص حيزا للحديث عن الملفات الشخصية، لاسيما لدى الشباب (مؤانسة الأحداث). ويناقش مسألة عدم التكافؤ السوسيو - ثقافي في مجال استخدام تكنولوجيا الإعلام والتواصل، والاختلافات من حيث استعمال الإنترنت، للتأكد من وجود شرخ رقمي.

ويوضح المؤلف أن الهدف هنا هو إعطاء تحليل شامل لكل القطاعات المعنية بازدهار الرقمي في ميدان الثقافة، مع التركيز على بعض الجوانب الرئيسية وتحديد خطوط التصدع وترقب ما يمكن أن يقع: أشكال مؤانسة جديدة، وعلاقات جديدة من حيث الإبداع والمعرفة والإعلام والمواطنة. وفي تحليله لتلك الرهانات الرقمية يرتكز على مقاربة سوسيولوجية للمشكلات، ويأخذ بعين الاعتبار الاستعانة ببعض التساؤلات الفلسفية والنفسية وحتى الاقتصادية؛ لأن الظاهرة، بحكم التعريف، هي متعددة السياقات والأبعاد، كما يقول ريفيل.

يتكون هذا الكتاب من ثلاثة أجزاء، في الجزء الأول يحاول تعريف التكنولوجيات الجديدة واستعمالاتها، وبعد تعريف الرقمي والإنترنت يثير موضوع العلاقات بين التقنية والمجتمع وكيفية استعمال التكنولوجيات الجديدة، والسوق الرقمية وثقافة الرؤية. ويتطرق في الجزء الثاني إلى ازدهار المدونات والشبكات الاجتماعية وثقافة

التقاسم والطرائق الجديدة في القراءة على الشاشة ومستقبل الكتاب. ويثير مسألة الانتباه والذاكرة وقدرة الدماغ على التكيف. وفي الجزء الثالث يناقش الكتاب العلاقة بين الإعلامي والسياسي، والمشهد الإعلامي الجديد، والصحافة الرقمية والإنترنت كمصدر إعلامي، والتواصل السياسي عبر الإنترنت.

وفي الخلاصة يقترح المؤلف تحليلا اجتماعيا من شأنه أن يتجنب التركيز فقط على الابتكارات التكنولوجية، بل يتعين كذلك ملاحظة تأثير التكنولوجيات الرقمية على العالم الثقافي، ويبين أن السهولة في الوصول إلى المضامين الثقافية بكل أجناسها وانتشار المواقع الإخبارية، وتوسيع متابعة الموسوعات الجديدة عبر الويب، وتعدد المنابر لتداول المضامين، أدى أيضا إلى تفاعل كبير بين الخبراء والأفراد العاديين، وبين المهنيين والهواة والتحول في إعادة التشكيل الثقافي، وأن ازدهار التكنولوجيات الرقمية وسع من مجال تصرف الأفراد، ويدعو إلى عدم تجاهل الحدود والأخطار المحتملة التي تطرق إلى عدد منها.

وأوضح الكاتب السهولة التي يتسم بها حاليا التدقيق في التصرفات التجارية وتحليلها، وأن غير التجارية تؤكد أن التكنولوجيات الرقمية لا تختزل في أدوات التحرر، بل تشمل أيضا بذرة الأشكال المتجددة لتوجيه الأفراد واستهدافهم. وأن هذا الرصد الواسع النطاق للأفعال والتحركات على الشبكة العنكبوتية يمتد إلى ما وراء المنطق الاقتصادي والمالي ويلمس التصرفات السياسية، وبذلك يقود إلى ممارسات تجسس متطورة.

ويرى ريفيل أن التكنولوجيات الرقمية، لاسيما في الميدان الثقافي، ليست سوى انعكاس الاستعمال الذي يقوم به المرء، ولا يمكن أن تحلل بمعزل عن الفاعلين الذين يمتلكونها، وأنها لم تضع حدا لعدم المساواة فيما يتعلق بالاستخدام، ولم تخف سوء التفاهم بين البشر ولم تقلص بتاتا النزاعات، لكنها وسعت بشكل ملموس الإطار الزمكاني، ووفرت وصولا غير محدود إلى المعارف، ورفعت من القدرة على التبادل والمشاركة؛ لأنها تحاول بشكل ما تغيير تصور المرء للعالم. وينهي الكاتب هذا المُنجز بالقول: «بعيدا عن كل القيود، فعالم التكنولوجيا الرقمية يشكل وسيلة للتحرر والهيمنة في الوقت نفسه، وفي كل الأحوال فإنه لايزال في الوقت الراهن وعدا وتحدّيا».

أتمنى أن يقدم هذا الكتاب الفائدة للقارئ العربي، في ضوء الثورة الرقمية التي أصبحت سمة العصر، وأقدم شكري إلى المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب على موافقته على نشر هذه الترجمة.

مدخل

«نحن نتطور في كل الأحوال بحكم التوسع الهائل لشبكات الاتصالات في عالم انتشرت فيه المعلومة والسرعة وعالم التفاعلية، والعلاقة الجديدة من حيث الزمان والمجال»

شهد العقد الأخير تطورا باهرا بخصوص التطور التكنولوجي والتقنيات الرقمية (الربط عبر الشبكة العنكبوتية ذات التدفق العالي، والحواسيب والهواتف الخلوية، والهواتف الذكية، والألواح، وقارئات الموسيقى أو «أجهزة البلادور»، وعالم التطبيقات، والمدونات، والتدوين الصوتي podcast، وتدفقات RSS، واليوتيوب، والفيسبوك، وتويتر... إلخ.) بحيث بدأت تلك التقنيات والتطبيقات تغزو شيئا فشيئا كل قطاعات النشاط البشري. وفي الواقع ستترك تلك التقنيات الجديدة آثارا قوية على حياتنا اليومية، بحيث بدأت بالفعل تغير مثلا عادة تسوقنا (البيع من بعد، وتبادل

الممتلكات)، وعلاقتنا بالإعلام (المواقع الإخبارية الإلكترونية)، وتؤثر في معرفتنا (الموسوعات، والقواميس، والمقالات لتوعية الآخرين، والتي يمكن الاطلاع عليها بشكل مباشر)، وفي الصحة (الاطلاع على المواقع المتخصصة). كما إنها تغير حياتنا المهنية (التنظيم الجديد للعمل، والحركية، وإدارة الوقت بمرونة أفضل)، وطرق الترفيه (تحميل الموسيقى، والأفلام والفيديوهات، وتتبع البث المباشر للإذاعة والتلفاز، وقراءة الكتب على الشاشة). ومن ثم فإن تلك الوسائل تمس الحميمية والهوية الشخصية (تقديم الذات في المواقع الاجتماعية، واستعمال الأسماء المستعارة)، وتغير محيط شبكاتنا الاجتماعية (الروابط، والمناقشات، والتبادلات مع الغير)، واللائحة لاتزال طويلة وتشير إلى تحولات عميقة في المجال التجاري، والخدمي، والتعليم، والثقافة والإعلام. إن تلك التغيرات تشمل أيضا مجالات أخرى كتلك التي لها علاقة بالدولة، والإدارة، والاقتصاد، والمجال الجيوسياسي، والحضري، ولا داعي هنا لاستعراض كل شيء.

ومدى هذه الظاهرة من شأنه أن يثير الكثير من التحليلات والتعليقات واتخاذ مواقف أقل تباينا، حتى لا نقول تناقضا، بخصوص «حالتنا الرقمية»[1]. فأولئك الأكثر حماسا يمدحون الإمكانات الاستثنائية للشبكة العنكبوتية، مع التأكيد على الولوج المباشر (ودائما بالمجان)، وحجم المعطيات غير المحدود، والمعلومات، والمؤلفات من كل الأجناس، وكثافة حجم التبادل، والعلاقات بين مستخدمي الإنترنت، وغنى وتنوع الاستعمالات الجديدة المحتملة. وبهذا الخصوص عبر ميشال سيريس Michel Serres[2]، مدهوشا من الذكاء الابتكاري لدى جيل الشباب الواعد المنغمس في العالم الرقمي وبتلك الطريقة، بـ«حكاية بوسيت الصغيرة» (البراعة التي تتم بها الرسائل بالسبابة) ليعيد تعريف طريقة عيشنا، وحياتنا ومعرفة كيفية تشكل ذلك التحول المماثل لنهاية الإمبراطورية الرومانية أو عصر النهضة. وفي المقابل فإن الأكثر تشاؤما يتخوفون من التأثير الرقمي على حياتنا، ويؤكدون على إفقار أو استنفاد العلاقات باستعمال الشاشة ويتهمون ظواهر الإدمان، ويحذرون من أخطار المبالغة في الاستعمال والمراقبة الواسعة النطاق، وفق قول سيدريك بياجيني Cédric Biagini[3] الذي يدعو إلى مقاومة الانسياق التكنولوجي ومنطقه الفرداني، وذلك للخروج من التنويم الرقمي الذي سننغمس فيه والابتعاد عن

العبودية الطوعية والأجهزة التجارية. كيف يمكن إذن في هذا الحقل توضيح وجهة النظر الأكثر اختلافا، والخطابات الرنانة المتشابكة أحيانا والمُهدِّدة أحيانا أخرى؟

فإذا ما صدقنا العديد من المحللين فسنكون يومها شاهدين وفاعلين لثورة صناعية ثالثة مرتبطة بتنمية تكنولوجيا الإعلام والتواصل، بعد ثورة صناعية أولى ارتكزت على تطور الآلة البخارية وسكة الحديد، ثم ثورة ثانية اعتمدت على استغلال الكهرباء والبترول. وحاليا تدخل المجتمعات الغربية في مرحلة ثالثة بفضل الإلكترونيات والإعلاميات والإنترنت. ويؤكد المؤرخ الفرنسي كارون[4] أن تلك الثورات الثلاث مختلفة جدا بصورة مبدئية، لكن لديها سمات مشتركة؛ ففي كل مرة نلاحظ ظهور شبكات موسعة (سكة الحديد، والكهرباء، والإنترنت) مع ظهور شخصيات مبتكِرة (جيمس وات James Watt وآلته البخارية، توماس أديسون Thomas Edison وإمبراطوريته الصناعية، بيل غيتس Bill Gates مع ميكروسوفت). فتلك التطورات التكنولوجية التي خلخلت في الوقت نفسه طرق الإنتاج وطرق الاستهلاك تقترن كذلك بظهور تصور يبدو أنه يعزز ميلاد إنسانية جديدة. هكذا يبدو العديد من الخطابات الطوباوية اليوم حول العوالم الافتراضية الجديدة التي تظهر في الأفق أو حول القدرات المعرفية الجديدة لإمكانية الزيادة في طول عمر الإنسان.

فنحن نتطور في كل الأحوال بحكم التوسع الهائل لشبكات الاتصالات في عالم انتشرت فيه المعلومة والسرعة وعالم التفاعلية[5]، والعلاقة الجديدة من حيث الزمان والمجال. لقد أصبح المرء يسبح أكثر فأكثر فيما سمّاه جيريمي ريفكين Jeremy Rifkin ثقافة الولوج[6] une culture de l'accès حيث يفقد مفهوم المِلكية قيمته وصِلته بالموضوع، وتتجلى أهمية عيش اللحظة الراهنة، ومن ثم يصبح الشعور بالعلاقة الربطية أمرا حاسما. فالأيديولوجية الممرَّرَة من طرف الرقمي تطابق، على ما يبدو، في كل النقاط فترة ما بعد الحداثة التي يتحدث عنها المحلل الأمريكي: لقد أصبحت عملية الربط أكثر أهمية من كل الأمور الأخرى؛ فثقافة العلاقة، واستهلاك التجارب المعيشة فوق كل اعتبار. في الواقع إن الخطاب السائد على الإنترنت والشبكات الاجتماعية يقيِّم دائما مفاهيم وقيما تُجلي هذه النظرة للعالم المعاصر. لنذكر هذه الفوضى: الإمكانات المعاصرة الهائلة للوسائل السمعية البصرية (كتابات، وأصوات، وصور)، ومركزية الشبكة، ومزايا المجانية، وثقافة التقاسم والتعاون، ونهاية الوساطة

(تطور العلاقات الأفقية بين الأشخاص)، وإشعاع الإبداع والابتكار، وعالم الاستقلالية والحرية الشخصية.

ما الذي يمكن قوله بخصوص هذا النوع من المزايا؟ كيف يمكن خُلسة تقييم تأثير هذه التكنولوجيا الحديثة على تصرفاتنا الشخصية والجماعية، ومن ثم تقييم كيفية التصرف والتفكير والمعرفة؟ فالآراء متعددة، ويتبين أن ميدان الآداب في هذا الخصوص زاخر جدا، ويبدو أنه غير مرتاح في صقله لرأي محدد بخصوص تعدد الانطباعات والأحكام المتسرعة في غالب الأحيان. وما يزيد أيضا من صعوبة العمل صعوبة تعريف الطبيعة غير المستقرة للتغيرات الراهنة وعدم تراجعنا وبُعْدِ نظرنا، حيث نبدو كأننا منغمسون في مسبح رقمي. وعلى أي حال فإن الرهان الكبير يبقى هو معرفة ما إذا كنا بصدد انقطاعٍ، ليس تكنولوجيا فقط، لكن كذلك أنثروبولوجي وثقافي في مجتمعاتنا، أو بصدد تحوّل جديد مثل ما شهدته الإنسانية مرات عديدة عبر التاريخ. وبتعبير آخر: ما مدى استمرار اضطرابات البث والمصادقة على التكنولوجيا الجديدة للإعلام والتواصل، والانقطاع، والانعطاف ومرونة الاستعمال الرقمي؟ هل نحن بصدد مسألة تغيير بسيط من حيث البعد والمجال، أو أننا بصدد مواجهة تغيير حقيقي؟

لكي نجيب عن مثل هذه التساؤلات، ليس هناك في الحقيقة إلا طريقة واحدة ناجعة: هي أن نخرج من مسلك الأفكار القديمة، والآراء العامة، ثم نشرع في الملاحظة والبحث والتحليل العقلاني لفهم التحولات الراهنة. لقد تكدست الدراسات العلمية حول الموضوع منذ عشر سنوات أو أكثر، لكنها مع ذلك بقيت مهولة أو متجاهلَة في حين أنها تسلط الضوء بشكل رائع، وحتى بشكل قطعي، على فهم الظواهر الراهنة. فيتم عموما تفضيل الخوض في فرضيات خيالية، بتصور سيناريوهات مستقبلية أو الانخراط في خطابات منبهرة بالتكنولوجيا Technophiles أو في خطابات تبسيطية مضادة technophobes simplistes. وما نطمح إليه من خلال هذا الكتاب هو أن نحدد بتواضع ما نعرفه حاليا من تأثير رقمي كأشخاص مع كل الاحتياطات اللازمة، من أجل تقديم بيان أولي في الموضوع. فوجهة نظرنا ليست بغرض إعطاء تحليلات غير مسبوقة، لكن من أجل ترتيب وفرة التشخيصات، وتحديد أولويات النتائج التي لدينا.

ويتعين بالطبع تحديد ملامح هذه الدراسة، لأن الباحث يجد نفسه في مواجهة

التوسع الرقمي بمنطقة أكثر اتساعا، ليس بمقدور أي شخص أن يحدد خريطتها. لقد اخترنا إذن في البداية الميل نحو تأثير التكنولوجيا الرقمية على الثقافة، باعتبارها هنا جهازا للقيم والتمثيلات، ومجموعة من الإنتاجات والممارسات الثقافية والفنية التي تصف مجتمعا معينا. هكذا سيكون مطلوبا منا دوريا إثارة مختلف أشكال الابتكار والإنتاج الثقافي كالسينما، والتصوير، والكتاب، والموسيقى، والفنون أو حتى كل الممارسات المرتبطة باستعمال وسائل الإعلام (صحافة، وراديو، وتلفاز، وإنترنت)، ومظاهر الثقافة المسماة «الوسيطة» (عن طريق الشبكات الاجتماعية) أو التعبيرات السياسية الجديدة (آراء، وخطابات، ومواقف). إضافة إلى ذلك، وفق التمييز الذي اقترحه نيكولا فانبرميرش Nicolas Vanbremeersch[7]، سنعتمد على دراسة ثلاثة أشكال من الويب هي: الويب الاجتماعية أو العلائقية، التي تضم المنتديات، ولوائح الحوارات، والشبكات الاجتماعية «فيسبوك»، والمدونات الشخصية. وهنالك الويب الوثائقية التي تشمل قواعد المعلومات، والمواقع المؤسساتية، والموسوعات مثل ويكيبيديا. وفي الأخير هنالك ويب الأخبار، بعبارة أخرى الوسائل التقليدية التي أصبحت تبث على الإنترنت كالمواقع الإخبارية المستقلة من نوع «players pure» (مواقع تعمل خصيصا على الإنترنت)، والمدونات الصحافية، والتدفق RSS... إلخ.

سنكون واعين بأننا لن نذكر إلا بعض العناصر التي ترتكز عليها ثقافة ما[8]، مفضلين عمدا تلك المظاهر الأكثر ظهورا «كالمسخ الرقمي»[9]، و«الحالة الرقمية الجديدة»، و«الثورة الرقمية»، و«المجتمع الرقمي»، و«العصر الرقمي»؛ هكذا تتعدد التسميات لتعكس بعض جوانب الطفرة الحالية التي تشهد على الغموض الذي نحن بصدده، ومن ثم يتعين أن نحدد - بشكل صحيح - ما يحدث. ومن خلال هذه الصعوبات سنختار أربعة محاور للنقاش.

سنقترح في البداية محاولة فهم ما هو الرقمي بالنسبة إلينا (كأفراد)، وبالنسبة إلى غيرنا (كمجتمع)، هل يعزز، كما يُؤكّد على ذلك دائما كأحد أشكال المؤانسة الجديدة (عبر الربط) وكـ«تعبير expressivité» للأفراد (تعليق، أو حوار، أو إبداء الرأي)؟ ثم نتساءل بعدها عما يغيره الرقمي عند الولوج إلى المعرفة، والمعلومات (المعطيات، والمؤلفات، والأفلام... إلخ)، هل يشجع شكلا جديدا من الإبداع، وتبادلات جديدة لإنتاجات ذاتية (موسيقى، وأفلام، وألعاب فيديو) وهل يعتبر

مصدرا حقيقيا للتجديد الثقافي؟ ونتطرق أيضا إلى ما يغيره الرقمي للوصول إلى المعلومة (بمعنى الخبر) وما يتعلق بالآراء والتمثيلات في المجال السياسي. وهل يعمل على تيسير نقاش الأفكار وتعزيز التحاور وتوسيع المجال العمومي والديموقراطية التشاركية؟ ثم نتريث قليلا بخصوص الملفات الشخصية الدقيقة للمعنيين، مع تفضيل الشباب (مؤانسة الأحداث). ونتساءل ما ثقل عدم التكافؤ السوسيو-ثقافي باستعمال تكنولوجيا الإعلام والتواصل؟ هل توجد اختلافات من حيث استخدام الإنترنت؟ وهل يمكن الحديث في الواقع عن وجود شرخ رقمي؟

سنوضح أن الهدف هنا هو إعطاء تحليل شامل لكل القطاعات المعنية بازدهار الرقمي في ميدان الثقافة، مع التركيز على بعض الجوانب الرئيسية وتحديد خطوط التصدع - وذلك من جانب الاحتياط. في الحقيقة سيكون ذلك من أجل ترقب ما يمكن أن يقع: أشكال مؤانسة جديدة، أو علاقات جديدة من حيث الإبداع والمعرفة والإعلام والمواطنة. فتحليل هذه الرهانات الرقمية سيرتكز أساسا على مقاربة سوسيولوجية للمشكلات؛ لكنه سيأخذ بعين الاعتبار الاستعانة ببعض التساؤلات الفلسفية والنفسية وحتى الاقتصادية؛ لأن الظاهرة، بحكم التعريف، متعددة السياقات والأبعاد[10].

وبالإشارة إلى المكتسبات لن نتجاهل العديد من التساؤلات التي ظلت عالقة، ونتمنى أن نكون قد نظّرنا حول بعض النقاشات الحامية أو المُفجعة وأحطنا بشكل أفضل بالعلاقات التي تقوم بين ما هو تقني والمحتوى والاستعمال. هذا مع التذكير بأن الثورة التكنولوجية، مثل تلك المتعلقة بالرقمي، هي في الأساس غير مستقرة ومتناقضة، وتحمل في الوقت نفسه وعودا وتهديدات كبيرة. فالأمر يندرج في سياق تتعارض فيه قيم التحرر والانفتاح من جهة، واستراتيجيات المراقبة والهيمنة من جهة أخرى.

الجزء الأول:

سياق تكنولوجي واقتصادي جديد

الرقمي: التكنولوجيا الجديدة واستعمالاتها

مجال تكنولوجي جديد

تُعتبَر مجتمعاتنا الحديثة اليوم في حالة خضوع لازدواجية المعايير؛ هذا ما قاله عالم الاجتماع مانويل كاستيل Manuel Castel[1]: هيكلة شاملة وعميقة للرأسمالية من جهة، وازدهار ما يسمى «المجتمع المعلوماتي» من جهة أخرى، بمعنى أن هناك عالما أصبح فيه الإبداع والمعالجة وانتقال المعلومة يشكل المصادر الرئيسية للسلطة والإنتاجية. بمثل هذا السياق فإن تكنولوجيات الإعلام والتواصل، وبطريقة استعمالها في الشبكة وبمرونة تكيفها وإعادة تنظيمها، تسهم في إبراز نمط جديد للحياة في المجتمع. وقبل التطرق إلى هذه

«الويب أصبحت شبكة تكنولوجية عالمية، حيث يستطيع كل العالم أن يتحدث ويتبادل مع من يُريد، ويعبر بطريقة عفوية، ويشارك في انطباعاته وآرائه مع أكبر عدد ممكن من الأفراد»

الثورة الراهنة، تتعين العودة إلى الوراء للخوض في التاريخ الحديث لهذه التكنولوجيا الجديدة؛ لأن قوتها المُجدِّدَة وسرعتها في الانتشار مسألتان غير مسبوقتين.

من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TIC) إلى وسائل الإعلام الرقمية

شهد تاريخ وسائل الإعلام المسماة «كلاسيكية» أو تقليدية سلسلة من الاختراعات التقنية (كالصحافة المطبوعة، والراديو، والسينما، والتلفاز) انتشرت بوتيرة متغيرة على مدد زمنية في الجسد الاجتماعي، وهي تشكل موضوع توافقات متباينة حسب مواصفات الأفراد المعنيين. وباعتبارها مُكرَّسة لاستعمال فريد (قراءة الصحف، سماع البرامج الإذاعية، ومشاهدة البرامج التلفازية)؛ فإن تلك الابتكارات التكنولوجية التي تبدو كوسائل تكميلية في الحياة اليومية للأشخاص، أثبتت مساهمتها في ظهور طرق جديدة في استهلاك المضامين الإعلامية، خصوصا في الميدان السمعي البصري.

ويندرج تاريخ وسائل الإعلام المسماة «رقمية» في سياق آخر: فأطلق عليها بدءا تكنولوجيا الإعلام والتواصل (الجديدة) NTIC أو TIC (Nouvelles technologies de l'information et de la communication) لأنها ترتكز بقوة على التوسع المقترن بقطاعين: الإعلام والاتصالات. من ناحية أخرى فهي لا تفرق بوضوح بين وسائل الإعلام التقليدية، لأنها ترتكز أساسا على الوسائط المتعددة والتفاعل: إنها تُمكن كل واحد منا في الحال من الولوج الفوري، ليس لإحدى الوظائف فقط، لكن للعديد منها (القراءة على الشاشة، وسماع الموسيقى، ومشاهدة صور وفيديوهات[2]، وكل ذلك في وقت واحد تقريبا.

إن ازدهار قطاع الإعلام وتوسيع شبكات المواصلات ما بين العامين 1940 و1990 عززا الحوار والتبادل بين الآلات، وبين البشر والآلات، وسهلا ضبط معايير تداول المعطيات الرقمية (المسماة «تبادل المعطيات الإعلامية») ووضعا داخل النشاط البشري قدرات معالجة المعلومة[3].

وفيما يخص الإعلاميات، كان هناك ابتكار تلك الآلات الإلكترونية من أجل معالجة المعطيات (الحواسيب)، التي كانت مخصصة أصلا للبحث العسكري والمدني. وهذه الأخيرة أصبحت أكثر فاعلية بمرور الزمن لتدخل تدريجيا خلال الأعوام 1960 و1970 إلى المؤسسات والإدارات والمقاولات الكبرى. والاستعمال المطرد للحاسوب

خلال الثمانينيات وما بعدها سيظهر ويطور العديد من الاستعمالات مثل البرمجة ومعالجة النصوص.

وبالتوازي مع ذلك، ابتكرت المواصلات السلكية واللاسلكية في العام 1969 شبكة أربانيت (ARPANET)، وذلك تحت رعاية وزارة الدفاع الأمريكية (البنتاغون)، إذ أُنشئت شبكةٌ للربط عبر الحواسيب سُميت الإنترنت-interconnexion net[4] workمع البروتوكول الشهير: «بروتوكول التحكم في الإرسال/ بروتوكول إنترنت» -TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol, 1972 1974). ثم جرت إضافة خدمة الرسائل، ونقل الملفات والمنتديات الحوارية... إلخ. وفي العام 1989 أنشئت الويب (World Wide Web)، الشبكة العنكبوتية العالمية، التي خلخلت فيما بعد عالم الإنترنت لتتيح المعلومات عبر الشاشة بواسطة لغة (HyperText Markup Language (HTML لقد كان ذلك بداية لتحول الشبكة نحو وسائل الإعلام والتفاعلية[5]. لكن التحول الحاسم تم في العام 1993 مع إطلاق شبكة الإنترنت، حيث مكنت تلك المبادرة من مضاعفة عرض المضامين والخدمات ووضعها رهن إشارة المتصفحين.

وبعد أن كانت «وسائل الإعلام الجديدة» خلال الأعوام 1980 و1990 تمثل عادة الوسائل السمعية البصرية الحديثة التي تعتمد على الشبكة اللاسلكية الأرضية أو عبر الأقمار الاصطناعية، وحتى على الشبكات السلكية (تلفاز بواسطة القمر الاصطناعي، وبواسطة الكابل... إلخ)، ظهرت تقنيات الإعلام والتواصل (من صنف الشاشات، ولوحة المفاتيح، والفأرة) واستعمال البرامج والبرمجيات. ففي فرنسا مثلا، استخدمت تكنولوجيا الإعلام والتواصل عن طريق الحاسوب من جهة، وشبكة «تيليتيل» Teletel وشبكتها المسماة «مينيتيل» Minitel من جهة أخرى.

والمرور شيئا فشيئا إلى ما يسمى «الإعلام الرقمي» أو «التكنولوجيا الرقمية»[6]، حصل ابتداء من نهاية تسعينيات القرن الماضي: ويَهُمّ في الوقت نفسه كلا من القطاع السمعي البصري وقطاع الاتصالات.

فالقطاع السمعي البصري (بالأخص التلفاز) كان قد تغير بشكل كبير تحت تأثير الرقمنة. واليوم، أصبح للتلفاز أربعة أشكال (من حيث حجم الإرسال): التلفاز الرقمي بباقات عبر الكابل أو القمر الاصطناعي، والتلفاز الرقمي الأرضي TNT،

والتلفاز على الويب (ليس فقط تلفاز الويب، بل أيضا القنوات الكبرى على الويب، وحتى القنوات الخاصة بإنشاء الفيديوهات)، وأخيرا التلفاز الجوال TMP. أما أشكال ومضامين البرامج والإرسال فقد طرأت عليها التغييرات بحكم الأنماط التقنية والاستعمالات الجذيدة (التلفاز المباشر، أو المسجل، وتلفاز المتابعاتCatch up Tv، والقراءة المستمرة أو Streaming بالنسبة إلى الفيديوهات).

إن تطور شبكات الاتصالات وانفتاح سوق المنافسة (وضع قانون 36 الصادر في يوليو 1996 حدا لاحتكار الاتصالات العمومية في فرنسا) دفعا بالعديد من الفاعلين إلى توسيع خدماتهم، مع التركيز على الهاتف النقال والإنترنت الجوال. وعمل مزودو خدمات الإنترنت (FAI) على اقتراح شروط الانخراط الأكثر جاذبية مع توجيه الزبائن إلى المزيد من الإبحار في الويب والاستفادة من الموارد اللامحدودة والمعلومات والمعارف والخدمات. أما التحولات التي لن نذكرها كلها هنا بالتفصيل، فلا ترتكز فقط على تطور التكنولوجيا الجديدة في حد ذاتها، وعلى الإمكانات المتاحة عبر وسائل الإعلام التي أصبحت بيئة ثقافية جديدة، ورمزية[7]، لكن أيضا في كثير من الأحيان على نظرة سياسية كرستها الرغبة المعلنة خلال الحملة الانتخابية الأمريكية في العام 1992 من نائب الرئيس آل غور بتصويره «الطرق السيارة للإعلاميات» بمعنى شبكات التواصل ذات الصبيب العالي haut débit التي من شأنها أن تمرر المعطيات بسرعة فائقة وعلى مستوى كبير.

لقد أضحى الرقمي منذ ذلك الحين لغة جارية، مثل الشبكة ومختلف الوسائل التقنية كالحاسوب، والهاتف النقال، وجهاز الاستماع baladeur، وآلة التصوير الرقمية، والألواح الرقمية. ويبقى هنا أن نحدد المعنى الدقيق والنطاق الصحيح.

ما الرقمي؟

قبل المرور إلى أثر التكنولوجيا على مجتمعاتنا المعاصرة، لا بد من تحديد أهمية وماهية «الرقمي»[8].

لنتمعن في المصطلح. إن أول خاصية فرنسية هي ما يلي: تستعمل كل اللغات الأوروبية النعت اللاتيني: digitus، الإصبع، لتحديد التكنولوجيا الحديثة digital technology مفضلة إذن معنى اللمس، وبراعة الأصابع، أما المصطلح الفرنسي

فهو يتجه نحو: numérus، الرقم. بحكم هذا التصور التكنولوجي الراهن في مختلف ميادين الإعلاميات والمواصلات السلكية واللاسلكية، وأيضا السمعي البصري والصورة، فقد شهد المعنى نجاحا مطردا وأصبح كلمة يُقصد بها العديد من الظواهر والأفكار (التكنولوجيا الرقمية، والوسائل الرقمية، والمجتمع الرقمي، والثقافة الرقمية، والعصر الرقمي). وهناك أيضا خاصية فرنسية: بخلاف اللغات الإنجليزية والإسبانية أو البرتغالية حيث لا يوجد نعت «الرقمي»، فاللغة الفرنسية تستعمل أيضا المصطلح كصفة لـ «الرقمي»، فهذا المصطلح أضحى جاريا في اللغة اليومية ويظهر كوعاء للعديد من الدلالات.

في الأصل، إن كلمة «الرقمي» تأتي في إطار المفردة التقنية: إنها مرتبطة بالحساب، بالوضع الآلي للإشارة إلى نمط آلي (الإشارة الرقمية مقابل الإشارة التناظرية[9])، كما جاء على لسان الباحث في الإعلاميات جيرار بيري Gérard Berry[10]، بأن عالمنا أصبح رقميا عقب أربعة تحولات أساسية. يرتبط التحول الأول بالمعالجة بطريقة متجانسة لكل معلومة كيفما كانت طبيعتها، والتي تضع حدا للتحديد التقليدي الذي طالما تعايشنا معه، بين نوع المعلومة والدعامة المادية (النص على الورق، والصوت على الأشرطة المغناطيسية، والصور على الأفلام): ففك المعلومة عن دعامتها يشكل إذن ثورة بالغة الأهمية. والتحول الثاني له علاقة بتلك التطورات الحاسمة التي تحققت بفضل الإلكترونيات والبرمجيات وأجهزة البث التي مكنت من خلق آلات أكثر فاعلية. والتحول الثالث يهم تطوير علوم جديدة كالإعلاميات ومعالجة الإشارة. أما التحول الأخير فنجده في غنى التطبيقات الناتجة عن المهارات التي تحققت عقب الابتكار التكنولوجي والصناعي. إن رقمنة المعلومة واستعمال الحساب l'algorithme ساعدا على زيادة قوة الآلات، مما أدى إلى تراكب الابتكارات التكنولوجية، ومن ثم تغيير نمط عيشنا وعملنا.

لكن الرقمي لا يختزل في تقنية بسيطة: لأنه ينقل أيضا التمثيلات الأكثر تعددا وفقا للقطاع المعني؛ ولأنه مغمور بالمؤثرات، وحتى بالحماسة، كما أنه يشكل رمزا للآمال في بعض الأحيان، ومصدرا للمخاوف أحيانا أخرى.

وإذا أخذنا ميدان الاقتصاد على سبيل المثال، فإن الرقمي يُنظر إليه باعتباره ابتكارا ناجحا له قيمة كبيرة. منذ البداية كان من المفترض أن يعين القطاع الصناعي

والخدماتي الذي يشمل أمورا عدة منها الإعلاميات. وسرعان ما بدأ استعماله بطريقة أكثر اتساعا في تحديد كل ما هو غير مادي، حتى لا تنحدر درجة القاعدة المادية والقاعدة البرمجية التي يقوم عليها. ويعتبر مثل هذا التمثيل الرقمي، ويتعين الإشارة إليه هنا، إشارة إلى عدم الاهتمام بالعلم والتقنية والتقييم الزائد للوظائف والاستعمالات المتعددة. ويحيلنا الرقمي إلى الاقتصاد الرقمي كذلك، الذي يتجسد في هذا المنظور بالمقاولات الواعدة، والشركات الناشئة وكل ما يظهر مثل مدينة أحلام «إلدورادو» جديدة.

أما فيما يخص الميدان الثقافي، فإن العبارة تكون دائما في صورة غير مُطمئنة، بل حتى مقلقة أحيانا. ونظرا للتقارب بين مجالات تكنولوجيا المعلومات والمواصلات السلكية واللاسلكية والسمعية البصرية، فإن الرقمي هو أكثر قربا من الإنترنت وبالضبط عند إطلاق المعلومات والمؤلفات (الموسيقى، والكتب... إلخ). في فرنسا مثلا، يتم النظر إلى ذلك كتهديد لعالم الثقافة في حدود فتح الطريق أمام التحميل العشوائي للكتب، خوفا من نشر المعارف بشكل غير مراقب، ومن ثم ضياع حتمي لكل المعايير الاعتيادية.

ويتجاوز الرقمي في الواقع تلك التمثيلات والردود التي تكون إيجابية أحيانا، وسلبية أحيانا أخرى. فالرقمي يُعتبر مصدرا للممارسات الاجتماعية الجديدة التي تشكك في شرعية بعض المعايير الثقافية الراسخة ويعيد تعريف المعرفة ويغير طرق ولوج المعلومات ويخلخل المبادئ التقليدية للإعلام. لقد أعاد بناء شخصيتنا بفضل الأشكال الجديدة للحضور والمشاهدة، إنه يضعف بعض المبادئ القانونية (حقوق الملكية، والملكية الفكرية)، ويغير علاقتنا بالكتابة، ويفرض تحولا جذريا لعلاقتنا بالمجال والزمن. واللائحة طويلة بخصوص مؤثراته على بيئتنا العقلية وتصرفاتنا الاجتماعية: وقطعا فإنه يمس كل الميادين والجوانب في المجتمع.

وعن هذا الموضوع قال ميلاد دويحي إن الرقمي أعطى انطلاق عملية حضارية حقيقية ترتكز على كفاءات جديدة وقيم جديدة[11]. إن أفق هذه الحضارة الجديدة يعتمد على الرمز (المعلوماتي) لأن هذا الأخير أصبح سبب تحول ثقافي عميق في قطيعة مع تصرفاتنا الكتابية القديمة. لقد أعطى الرقمي في الواقع ميلاد عصر جديد يتجلى في «المرور من المعلومة إلى الأثر وأخيرا إلى المعطيات»[12]. إن البيئة الرقمية

التي نسبح فيها حاليا تحتم علينا التفكير من جديد في مبادئنا وقواعدنا وعاداتنا، وتأخذ بعين الاعتبار الآليات المعقدة التي تتحكم في تشغيل محركات التحكم وفي تحليل أشكال العلاقات الجديدة التي ترتكز أكثر فأكثر على وحدات القياس للإبحار باستمرار بين العلوم (الأشكال الرياضية، ونظام الحلول الحسابية) والثقافة. إن فهم الخيال الاجتماعي الذي يمرره الرقمي حاليا يشكل من الآن فصاعدا رهانا كبيرا لفهم أبعاد هذه الثورة الرقمية.

ما الإنترنت؟

إن التمثيلات التي انبثقت عن الرقمي يمكن فهمها جزئيا من خلال تحليل بعض مكوناتها الأساسية، أي الشبكة العنكبوتية أو ببساطة الإنترنت. فهذه الأخيرة تمرر في الواقع التصور المرتكز على الخطابات الأكثر تجانسا. وهذا التصور يأخذ أبعادا خيالية، وحتى أسطورية، ولن يكون في الواقع بغير أثر: إنه يساهم - ويتعين التأكيد على هذا - في التصور وفي استعمالات الشبكة العنكبوتية التي نحن بصددها حاليا.

لقد رأت شبكة الإنترنت النور في الولايات المتحدة، والكل يعرف هذا، وذلك بالتقاء عالمين مختلفين، عالم البحث العلمي - العسكري من جهة وعالم مضاد لثقافة الحاسوب الشخصي من جهة ثانية[13]. إنه مجتمع البحث العلمي الأكثر تقيّدا المكون من باحثين في الإعلاميات (المهووسون بالإنترنت). فهذا المجتمع هو الذي ابتكر بعد الحرب العالمية الثانية أول الحواسيب، وفي الوقت نفسه نظرة العالم الجديدة المرتكزة على الشفافية المفترضة للتواصل وآثارها الإيجابية حول العملية الديموقراطية لمجتمعاتنا[14]. لقد استطاع هؤلاء المهندسون الإعلاميون بعد ذلك أن يجعلوا من الابتكار قيمة عليا، تعزز مزايا التعاون والتقاسم (كل واحد يعرض اكتشافه لأقرانه)، مع التركيز على التنسيق فيما بينهم. وبذلك اعتمد العديد من الباحثين طوال الأعوام من 1970 إلى 1980 موضوع الذكاء والابتكار، بفضل استغلال الشبكة وثقافة التبادل.

لكن تتعين الإشارة هنا إلى ظاهرة الهيبيين ومعارضي ثقافة كاليفورنيا الذين نشروا نظرة متطرفة ومجددة للإعلاميات، بوضع مشروع تقني بديل سرعان ما أدى إلى ممارسات اجتماعية جديدة. وانطلاقا من رفض مبدأ الإعلام المركزي

الممنوع من قبل الدول المنشغلة بمواجهة المنطق الاقتصادي للشركات الكبرى، والتي تريد أن تجعل منها «وعاء تضعه بين يدي الجميع، فإن في مقدوره ليس فقط بناء المدارس الجديدة غير المرئية، لكن أيضا الشركات الجديدة»[15]. وبما أنها تقوم على أساس تشجيع «مجتمع افتراضي» وفق تعبير هوارد غينجولد Howard Rheingold[16]، فخطابات تلك المرحلة تصبو إلى إنشاء عالم تقوم فيه العلاقات بين الأشخاص على أساس المساواة والتعاون، وتكون المعلومة متوافرة في الحال وبالمجان وعلى الفور. ومن ثم تكون الهندسة المركزية للإنترنت والبث الواسع للتطبيقات المتعددة قد وضعت قواعد الشبكات المعرفية للتواصل المسماة «أفقية» للابتكار المتزايد والتنظيم الذاتي (وسنعود إلى الحديث في الموضوع).

ففي اعتقاد هؤلاء الرواد يتعين على الإنترنت أن توفر خلق مجتمع أكثر حرية وتفتحا، وتكون المعرفة متاحة لأكبر عدد ممكن، وأن تكون الأشكال التشاركية هي الأصل، بحيث يستطيع الأفراد اختراق الحواجز المؤسساتية والتنظيمية بفضل ربط شبكي موسع. كما أنهم يشككون في الهرم السياسي، ويأملون في العيش بطريقة ديموقراطية[17].

والأهم من ذلك أنه حينما نتوقف أمام وجهة نظر فلسفية، بطبيعة الحال فإن الإنترنت تعكس وجه الشبكات، لكن بالأخص الديناميات الفكرية التي تنطوي عليها والتي تعكس سهولة الاستعمال، وذلك مع تعدد التعقيدات الإجرائية الكامنة. إن انخراطنا في الممارسات الشبكية يرتكز، وفق الفيلسوف بول ماتياس Paul Mathias[18]، على أربعة أشكال من حيث تصور الإنترنت والتي ينبغي منذ الآن الوعي بها.

هناك أولا فكرة الخدمة، التي تتوقف عند التفكير في الشبكات من حيث الاستعمالات وبالأخص المزايا. بحيث إن تلك المزايا الاقتصادية (ستفتح الأبواب للازدهار الاقتصادي)، والمزايا الثقافية (ستضاعف أشكال المعرفة والمعلومات)، والمزايا السياسية (ستمكن من تعميم الديموقراطية). والعلاقة النفعية التي سنقيمها مع الإنترنت تكون شاهدا على إرادة التصرف (تساعد على تطوير القدرات)، وأن تكون بشكل ما عملية (تمكن من زيادة طاقتنا لاكتساب المعرفة والمعلومات).

ثم هناك فكرة الاحتجاب le postulat d'immersion، بحيث إن الرقمي والافتراضي لا يختزل فقط في جهاز آلي، بل يشكل أيضا «بيئة معيشية»، حيث نكون في الواقع مغمورين، ومهاجَمين بصفة مستمرة. فالإعلام اليوم هو الحقيقة (وليس في الواقع أو أمام الواقع) في حدود كوننا غالب الأحيان غير قادرين على البقاء بعيدا عن الشبكات، حيث يكون أولئك الذين يجتاحون ممارساتنا الخاصة والمهنية، يخبرون كرها أفكارنا وقيمنا بمجرد عملية البحث والتحميل والمناقشة والتبادل من بُعد.

والفكرة الثالثة هي في علاقة ما ذكره بول ماتياس Paul Mathias حول «مفهوم اختلال conception disfonctionnaliste الإنترنت، لأنه «في الاستعمال حيث تأتي لحظة استعادة الكلمة المصادرة، التي سرعان ما تعطى، سرعان ما تُستعاد وتُسترجع بشكل لا نهائي في الجهاز نفسه، الذي أصبح الحائز الرئيس للواقع والحقيقة»[19]. فطلباتنا بخصوص الويب تخضع لمنظومة حسابية لا نعرفها بأي شكل من الأشكال، كما لا نفهم تلك الإجراءات الأوتوماتيكية المتبعة، المهم هو الشعور بالرضى في الواقع من خلال نتائج أبحاثنا. فالآلات تملي علينا، من دون أن ننتبه للأمر، قوانين اللعبة.

وحول الفكرة الرابعة، هناك بعد جوهري آخر للإنترنت، ويتعلق الأمر بتجربة المعرفة التي تعتبر أصلية وغير مسبوقة. وبمجرد النقر باستمرار على النصوص والصور سنستمر في تطوير الويب بالبحث عن الكلمات - المفتاحية لتنفيذ العديد من الطلبات، وبذلك سنسهم في تصنيفها آليا وفق مقاربة سيميائية أو نحوية. فالتصنيف السيميائي يجعل الإنترنت تقوم منذ تلك اللحظة بإعادة التنظيم المستمر لمحتوياتها الذاتية. في الواقع، فإن الآثار الرقمية لذلك التيه هي سبب بعض تلك الآثار التي تنتج عن تشابك عمليات «عشوائية» و«ضد - عشوائية» contre-aléatoire. وبعبارة أخرى «وقوع شيء ما، في هذه الحالات، غير السابقة لوجود الطلبات التي تستكملها، بمعنى تحققها»[20]. وبذلك نتوغل عبر الإنترنت في عمليات لا نتقنها، عمليات تهجين بواسطتها نوجد اليوم رقميا. لذا يتعين علينا إذن القيام بمحاولة تحديدها وتقييمها.

العلاقات بين التقنية والمجتمع

إن فهم تأثير التوسع الرقمي واستيعاب ضخامة التغييرات الجارية يفرض أيضا التفكير سلفا في العلاقات بين التقنية بمفهومها الواسع (والتكنولوجيات الرقمية بمفهومها الضيق) والمجتمع. فهذان القطبان يتداخلان بشكل وثيق في العالم الرقمي الذي يعتبر حاليا عالمنا أيضا.

لقد سبق لجاك إليل Jacques Ellul أن لاحظ في زمانه (1954) الثقل الحاسم للتقنية في مجتمعاتنا، فحدد خصائص الظاهرة[21]، ووصف انبهار الإنسان بهذه الأخيرة. بالرجوع إلى كتاب «الخداع التكنولوجي» Le Bluff technologique (1988) حول ديانة التكنولوجيا وحول الخطاب المغري للتقنيات والأوهام التي جاءت بها، ليحدد من جديد أن التقنية ليست محايدة حقا، وأنها في الأساس مترددة، لأنها تؤدي أيا كان الاستعمال، إلى عواقب إيجابية و/أو سلبية. فازدهار الإعلاميات لا يشكك ظاهريا في الجهاز التقني، بل يؤكده ويعقده. تسعى الإعلاميات دائما إلى أن يصبح العالم جبريا، بترسيخه كلغة عالمية فيظهر بشكل كامل كنمط من الثقافة. وفي الواقع، «فالجهاز من الناحية التقنية يحتم استعمالا عالميا، من دون أن يتأصل فيه، ويتفاعل مع التنوع الثقافي والحضاري. ولا يمكن للحضارة أن تكون كونية، لأن الإنسان ليس كذلك، وأنه ينتمي إلى مكان ما، وجنس وماض، ولتكوين وزمن محددين. فحقيقة كونية تقنية تبعد وجود ثقافة[22] Le fait de l'universel technicien exclu la possibilité d'une culture» ويبدو أن هذا يُعتبر تحديا خطيرا لنظرية نشوء الثقافة على هذا النحو.

من دون شك فإن أي ثقافة تفترض - كما يرى جاك إليل - تجانسا بين المَعيش والمعرفة. لم تكن معلوميات سنوات الثمانينيات داخلة بعمق في حياة وتجربة الأشخاص كما هي حاليا. فلا يسعنا إذن إلا الاعتراف بأهمية تلك المرحلة. أما البيئة الرقمية حاليا فإنها غيرت تحديد المعطيات. فاستعمال الرقمي لا يؤدي بالضرورة إلى تغيير إنسانيتنا وإفقار تعدديتها: يتعلق الأمر أيضا بتجربة شخصية كونية من شأنها أن تغير عميقا من معارفنا ومداركنا. وفي هذا السياق فإن التقنية تطبع بالتأكيد علامتها على ذواتنا، وتثير التساؤلات حول قيمنا، لكنها تعيد أيضا بناء الصلات التي تربطها بالثقافة. هناك إذن وراء

تكنولوجيات التواصل المعاصرة ووراء كل مجتمع عبر الشبكة رؤى كامنة تجاه العالم، ورهانات سوسيو - ثقافية على نطاق واسع.

تصادم مفهومان خلال السنوات العشر الأخيرة بخصوص العلاقات بين التقني والمجتمع، وهما في حالة مواجهة دائمة، بشكل ما. الأول يتجسد في الحتمية التقنية، فيضع التقنية في صلب تغيير مجتمعاتنا[23]، والآخر يمثل الحتمية الاجتماعية ويؤكد على ثقل عدم التكافؤ والانقسامات السوسيو - ثقافية حول تنمية التنقية.

أما المقاربة من حيث الحتمية التقنية، فتركز على تأثير الأجهزة التقنية في تصرفاتنا الشخصية والجماعية. لذا يمكن القول بأن التقنية تفرض قواعدها على المجتمع، أما فيما يتعلق بالموضوع الذي يشغلنا، فالتكنولوجيات الرقمية تحدد سلوك الأشخاص، وأيضا تنظيم المجتمع، وتأتي في كثير من الأحيان للسقوط في هوة نظرة ميكانيكية ومبسطة للعلاقات بين التقنية والمجتمع. وبعبارة أخرى، يتعين تأكيد شكل من السذاجة لأن التفسيرات المتعلقة بالحتمية التكنولوجية أظهرت منذ زمن طويل حدودها. فنذكر بهذا الخصوص ما قاله مارشال ماك لوهان Marshall McLuhan في كتابه «فهم وسائل الإعلام» Understanding Media الذي صدر في العام 1964 (تُرجم في العام 1968 بفرنسا) مؤكدا أن «الرسالة هي المحور»، ويفسر بأن وسائل الإعلام هي امتداد لقدرات وكفاءات الإنسان (العجلة امتداد للرِّجل، والراديو امتداد للصوت، والتلفاز امتداد للنظر). واعتمادا على هذه الاعتبارات النفسية البحتة، فهذا التحليل في الحقيقة يتجاهل كليا محتوى الوسائل المتبادلة، كما يتجاهل السياق السوسيو - اقتصادي حيث تكمن عمليات التواصل. من جهة أخرى، فإن الاستنتاج الذي سنعتمده للدخول مع الإلكترونيات لعصر «القرية العالمية»، لكون «الموضوع الإلكتروني الحديث» يتميز برغبة في التفاعل والتواصل الفوري مع الآخرين ويستحق الإشارة إليه.

وعلى رغم أننا نستطيع الحديث مرة أخرى عن تأثير التكنولوجيا في تصرفنا وإحساسنا[24]، فإنه يتعين تأكيد أن الويب أصبحت شبكة تكنولوجية عالمية، حيث يستطيع كل العالم حقا أن يتحدث ويتبادل مع من يريد؛ يعبر بطريقة عفوية ويشارك في انطباعاته وآرائه مع أكبر عدد ممكن من الأفراد. في هذا الصدد، لا أحد يشكك في أن وسائل الإعلام الرقمية ستعيد الإنسان إلى العهد القَبَلي بشكل ما، وذلك بإعطائه فرصة لربط العلاقات من بعد بالآخرين (أقل أو أقوى متانة

أو سريعة الزوال) ومن ثم تعزيز المشاركة الفعلية. تلك الرؤى التفاؤلية المتعلقة بالحتمية التقنية، على منوال مارشال ماك لوهان، مازالت تظهر في العديد من مؤلفات المفكرين والباحثين، وذلك مع القليل من المؤلفات الخاصة بعلم الاجتماع منذ سنوات عديدة، والتي تتناول الاستعمالات ورهانات التكنولوجيا والتواصل[25].

وفي الجانب الآخر المتعلق بالحتمية الاجتماعية، فإننا نشير بالعكس إلى أهمية البنية الاجتماعية حول طرق اعتماد وانتشار التكنولوجيا. لقد درس العديد من المؤلفين وضع المواصلات السلكية واللاسلكية أو الإعلاميات خلال الأعوام 1980 و1990 في فرنسا، وأكدوا إصرار الهرمية الاجتماعية وإنتاج بعض الاختلالات الاقتصادية، وأصروا على مداومة تركيز الشبكات مع تفشي الفوارق الإقليمية بشكل كبير. وبالطريقة نفسها أشاروا، بخصوص تطور الإنترنت وانتشارها، إلى حالة عدم التكافؤ في تنمية الشبكة بين بلدان الجنوب الفقيرة وبلدان الشمال الغنية، ومن ثم وجود هوة رقمية كبيرة في الميدان.

استعمال التكنولوجيات الجديدة

لنقل ذلك بكل وضوح: إذا أردنا فهم التأثير الحالي للتكنولوجيات الرقمية في الأفراد وفي المجتمع المعاصر، فإنه يتعين تجاوز تلك المقاومة العقيمة، لأن التكنولوجيا والمجتمع وحدتان غير مستقلتين؛ فهما في حالة تفاعل مستمر ودائما في حالة تشابك والواحد يغني الآخر[26].

فيما يتعلق بالتقنية التي ليست محايدة بتاتا، فهي تفرض بعض القيود بخصوص المعالجة، وكونها تحمل إجراءات التشغيل (مثلا استعمال حواسيبنا أو هواتفنا النقالة). إضافة إلى ذلك، يرى مادلين أكريش Madeleine Akrich[27] أن لدى مصممي الوسائل التقنية من أول وهلة نظرة معينة حول المستخدمين الافتراضيين الذين سيقودونهم للقيام بتصور تصرفات الأشخاص: فتوقع الاستخدام يكون مسجلا مسبقا في الجهاز المبتكر.

وفيما يخص المجتمع، فنحن نعرف، منذ فترة، أن التقنيات تكون راسخة لما هو اجتماعي، ومدرجة في الأجهزة القيمة، وأن مستخدمي التكنولوجيات الجديدة أثبتوا براعتهم في التعامل معها. وما يطلقون عليه التماسك الاجتماعي لا يمكن

اختزاله فقط بثقل التفاوتات السوسيو - ثقافية بين الأفراد ولكنه يتجلى أيضا في أشكال التوافق المتباينة، وفي الترقيع bricolage وتحويل كل الترتيبات أينما وجدت الأشياء التقنية.

وينبغي هنا توضيح ما هو منطقي - تقني وما هو منطقي - اجتماعي، لأنه كما لاحظت جوزيان جويي Josiane Jouet، «فإن ممارسات التواصل تتطور [...] حول وساطة مزدوجة. فهذه الأخيرة هي، في الوقت نفسه، تقنية لأن الوسيلة المستعملة تهيكل الفعل، لكن الوساطة هي أيضا اجتماعية لأن الأهداف، وأشكال الاستعمال والمعنى المحدد تُستمد من الجسد الاجتماعي»[28].

لذا يمكن التفكير في الاستعمالات[29] لفهم الرهانات الواقعية للعلاقة بين الإنسان والآلة والمجتمع. سنحاول من خلال أمثلة محددة ومتماسكة، فهم الكيفية التي تتناسق بها هذه الأشياء التقنية مع حياتنا اليومية، والكيفية التي تغير بها (بدرجات مختلفة، وهذه حقيقة) حياتنا. فهذا الموقف النظري يمكن من إظهار أنه بين ما نطلق عليه الإطار الوظيفي وإطار الاستعمال[30] يحدث مزيج أصلي بالتمام واتحاد غير مسبوق بين التكنولوجيات (في هذه الحالة التكنولوجيات الرقمية) والمستخدمين، حيث تقوم العلاقات على أساس مجموعة من المعارف والخبرة والتمثيلات التي تهيكل التفاعلات الذي يطورها كل واحد منا بالوسائل التقنية ومع الآخرين.

وهكذا تكون الاستخدامات مسجلة مسبقا في وسائل الاتصال نفسها ومدرجة فيها، لكن أيضا حسب المهارات المعرفية والبراعة التقنية للمستخدمين. من ناحية أخرى فإنها تندرج في الممارسات العائلية والمدرسية والمهنية والراهنة وتأتي لتزيد من الروتين الكامن: إنهم ليسوا من العدم. وبمعنى آخر، فعادة ما يقوم المختصون بما يسمونه «بناء اجتماعيا»[31] ينتشر في الفترة وفي الإطار المحدد وفي سياق اقتصادي واجتماعي وثقافي معين ويتغير وفقا لكل بلد. إنه نتيجة جدلية معقدة بين العتق (الحرية الظاهرة في الاختيار والتصرف) والهيمنة (أهمية الدعامة والأجهزة، وثقل التفاوت الاجتماعي)[32].

مع تطور الإنترنت، لن نعود فقط مضطرين إلى أن نأخذ بعين الاعتبار أشكال استعمال الأجهزة التقنية، بل أيضا أشكال استقبالها، بمعنى المحتوى ودلالات الرسائل التي توجد على الويب (منتديات، ورسائل قصيرة، ومدونات، وشبكات اجتماعية).

تتميز التكنولوجيات الرقمية بتلك الخصوصية التي تجعل من المستخدمين في الوقت نفسه مستفيدين ومنتجين للمحتويات الإعلامية (تأليف الموسيقى، وإنشاء مدونات، وتصوير فيديوهات). فتتعين إذن دراسة أنواع الحوارات المتبادلة وأنماط الخطابات والاستعمالات الشخصية أو الجماعية للويب عبر المجموعات الممارسة وروابط الألفة بين المبحرين ومجموعة المستخدمين على الخط الذين يتبادلون النصائح والمعرفة والملفات الرقمية والفيديوهات... إلخ.

إن كل تحليل دقيق لأثير تكنولوجيات الإعلام والمواصلات السلكية واللاسلكية على الأفراد يعرف بأن هناك دائما هوة كبيرة بين الاستخدام المرتقب أو المحدد من قبل أصحاب مشروعات الوسائل التقنية والاستعمال الفعلي. وهنا أيضا تتعين الإشارة إلى تلك الخطابات التسويقية أو التوقعية futurologiques المتعلقة بالثورة الرقمية؛ لأنها لا ترتكز على دراسة تجريبية خاصة، ووحدها تلك الملاحظات الدقيقة للممارسات والبحوث الميدانية تسمح، على نحو ملائم، باستعادة ما يَنْدسُّ في حياتنا اليومية.

فهل بإمكاننا الآن رسم جوانب الطفرة الحالية، أو بعبارة أدق إمكانية تحديد هذا التغيير الكبير من خلال خطوطها العريضة؟ ووفقا لباتريس فليشي Patrice Flichy[33] فإن الانتشار المتزايد للتكنولوجيا الرقمية ولاسيما الإنترنت في العالم أثار ظهور ما يطلق عليه «الفردانية المرتبطة» L'individualisme connecté. فهذه الأخيرة تنتج بدءا من التحولات التي تطرأ على الحياة الخاصة (أصبح تكوين الفرد لذاته في صلب شبكة العلاقات التي ينسجها بنفسه) وعالم التسلية (تشدد الفردانية وازدياد الممارسات الثقافية أو الرياضية). لكن هناك أيضا نتائج التحولات التي تمس عالم المقاولة لاسيما مع ازدهار مقاولة الربط الشبكي ونمو الاستقلالية في العمل والأشكال الجديدة للتعلم واكتساب المهارات. أما التطورات الموازية للحياة الشخصية والحياة المهنية، التي ازدادت بالاستعمال المتزايد للحواسيب والإنترنت والهاتف النقال، فقد ساهمت في الوقت نفسه في تقييم مبادئ الاستقلالية والاستخدام في الشبكة لخصائص هذه الفردانية المرتبطة.

لقد ذهب بعض علماء الاجتماع بعيدا فاعتبروا أن التكنولوجيات الرقمية هي في حد ذاتها مصدر نشاط حقيقي ومنطقي ليس بجديد، بل كونها تفسح في المجال

لتركيبات أصلية. وعلى سبيل المثال، فقد أعطى كل من فرانسيس جوريجيبيري Francis Jauréguiberry وسيرج برو Serge Proulx[34] ثلاثة تركيبات: منطق الاندماج والمنطق الاستراتيجي ومنطق الذاتية.

أما منطق الاندماج فيتعلق بالحاجة إلى الربط في شبكة جيدة في اللحظة المناسبة، لكي يوجد اقتصاديا واجتماعيا وبالاختيار الحافل بفرص اللقاءات. والاستعمال الثابت للهاتف النقال يغطي بشكل كامل هذا الهم المتمثل في الربط المستمر بالآخرين؛ هو إحساس بالاعتراف بالذات بمجرد أن يكون المرء «على الشبكة».

والمنطق الاستراتيجي هو منطق الربح، الفعالية والمردودية: ويتعلق الأمر بتسيير حالة الاستعجال وملء الوقت الميت والنجاعة. وارتياد المواقع على الشبكات يمكن أيضا من ربط العلاقات من أجل مسار مهني (Linke-din)، للحصول على مواعيد غرامية (meetic) أو على بعض المعارف في الميدان الثقافي (الموسيقى بفضل اليوتيوب).

أما منطق الذاتية فيحيلنا إلى مفهوم الفاعل والمفعول. فالفرد المعاصر لا يختزل في الوضع الاجتماعي: إنه يتأكد بالحصول وحده عن معنى وجوده، بالاعتماد على كيانه وأصالته. استعمال المدونة بشكل مزخرف: ليس تلك التي نعرض فيها رغباتنا وإحباطاتنا أمام أنظار الغير، خوفا من السقوط في كشف النفس النرجسية، بل تلك التي تمنح فرصة لإظهار أحد الأوجه المتجاهلة على الدوام (ذوق فني، من أجل النقاش المتزايد حول هواية ما، والقدرة على التعليق بطريقة أصلية على الخبر).

هذا مع العلم أن مختلف أشكال منطق ذلك النشاط تجد في الويب والشبكات الاجتماعية الفرص المستمرة للانتشار بفضل سلوكيات التكيف المستمرة: الانتقال من موقع إلى موقع آخر والغربلة والحفاظ (أو حماية النفس)، فهي كلها ممارسات أكثر استعمالا في التعبير عن الطرق الجديدة عن الذات والفعل. فالتكنولوجيات الرقمية، كما سنرى، هي مصدر التغييرات المؤثرة في نمط عيشنا وطرق تسليتنا وإخبارنا وتثقيفنا وربط علاقاتنا بالآخرين.

2

ثقافة المرئي والتوصية:
السوق الرقمية

إن هذا العالم الرقمي الذي تتضح ملامحه أمام أعيننا ليس فقط كونه نتاجا للعلاقات الجديدة التي تقوم بين التقنية والمجتمع، أو التفاعل الذي يحدث بين تكنولوجيات الإعلام والتواصل الجديدة ومستخدميها. ونحن لكوننا مستخدمين للإنترنت أصبحنا أكثر ارتباطا بشكل متزايد بالمواقع والشبكات الاجتماعية التي يجري عبرها تبادل الآراء والتعليقات والملفات وأمور أخرى. من بين تلك التغييرات الكبيرة في الميدان، نجد - بالتحديد - عرض المنتجات الثقافية (أفلام، وكتب، وموسيقى، وألعاب) التي أصبحت رهن إشارتنا بمجرد ضغطة على الزر، والتي نستهلكها حاليا بشكل متزايد من

«قنوات البث الرقمية خلخلت القطاعات الثقافية التقليدية، وزعزعت منطقها الوظيفي الاعتيادي، وأثرت في طرق توزيع المضامين، وفي إعادة تشكيل عميق للمشهد الثقافي»

خلال المواقع على الإنترنت. هكذا يتجلى الرقمي إذن كسوق، حيث تستحق آليات الاشتغال توضيحا للصورة إذا أردنا فهم نطاق الممارسات الثقافية الجديدة التي ظهرت حديثا. وهذا الأمر يوجهنا إلى الميل نحو التحولات الحديثة لاقتصاد الثقافة، ومن ثم وصف الآليات وتحليل الرهانات بدقة.

لقد سبق للباحثين في مدرسة فرانكفورت - تيودور أدورنو Théodore Adorno وماكس هورخيمر Max Horkheimer ووالتر بنيمين Walter Benjamin وغيرهم - أن تطرقوا إلى هذا الموضوع المتعلق بالصناعة الثقافية وتصنيع الثقافة، مع الأخذ بعين الاعتبار الثقل المتزايد للإنتاج المسترسل للمؤلفات (الأفلام والكتب والموسيقى)، وترجيح منطق السوق بحكم تطور التكنولوجيات الجديدة للإعلام والتواصل، وتوسع حركات التمويل وتركز قطاع الثقافة. ويبدو من الضروري حاليا الأخذ بعين الاعتبار ما يسمى بالتقارب بين عالمين، عالم الصناعة الثقافية من جهة، وعالم التواصل من جهة ثانية.

تتمثل الصناعة الثقافية[1] في كل من القطاع السمعي البصري والسينما والصحافة والنشر والموسيقى المسجلة، فضلا على ألعاب الفيديو[2]. وقد أصبحت يوما بعد يوم أكثر ارتباطا بالصناعة المتعلقة بالتواصل التي تجمع الصناعات الإعلامية والشبكات والمواصلات السلكية واللاسلكية والويب والوسائل الإلكترونية الشائعة. وبعبارة أخرى، فإن الجهات المهيمنة في القطاع لم تعد الصناعات الثقافية التقليدية، بل الصناع ومالكو وسائل الإعلام والشبكات والفاعلون في الشبكات (خدمات الولوج للإنترنت مثل «Orange, SFR, Bouygues, Free»، ومقدمي الخدمات والمواقع كمحرك البحث غوغل، والشبكات الاجتماعية، مثل الفيسبوك وغيرها)، والتي تكون دائما حاضرة لبث مضامين ثقافية عموما ليست من إنتاجها؛ فهذا المجال التنافسي له عواقب ثقيلة، حيث يؤثر بشكل كبير في بث الخبر والمعلومات والإبداع ورواج المؤلفات وطرق توزيعها، وفي ممارسات الاستهلاك العام.

لقد أسهم ازدهار الإنترنت - بشكل كبير - في تغيير شكل المؤلفات ومحتوياتها، وسهّل توفير المضامين الموسعة (التحميل المجاني أو الأداء والولوج للمعاجم والروابط والشبكات الاجتماعية)، كما أسهم في انتشار المعلومات، ومن ثم انتشار الشبكات.

سنكون قد دخلنا بالفعل في «اقتصاد المعلومة عبر الشبكة»، وفق تعبير يوشاعي بنكلر Yochai Benkler[3] اقتصاد سيحل محل الأشكال السابقة لإنتاج الأخبار والثقافة. فهذا الاقتصاد الجديد - وفق المتخصص في العلوم السياسية الأمريكية - سيأتي ليزيح الأشكال السابقة للإنتاج الصناعي الإعلامي والثقافة. فهذا الاقتصاد الجديد يتميز - وفق هذا المتخصص الأمريكي في العلوم السياسية - بكون النشاط الفردي يؤدي دورا له أهمية أكثر من السابق. ويعود الفضل في ذلك إلى انتشار تكنولوجيات جديدة وأشكال تنظيمية جديدة تسمى «غير تجارية»، وسيتعزز كل من الإبداع البشري والاستقلالية الفردية. هكذا أصبح في مقدور كل واحد اليوم الاتصال وإخبار المئات، وحتى الآلاف، من الأشخاص المتفاعلين بعضهم مع بعض عبر العالم، حيث يأخذون المبادرات ويتعاونون. ويرجع الفضل في ذلك إلى ازدهار البرمجيات الحرة والمجانية. هكذا بدأ اقتصاد المعلومة عبر الشبكة يعطي الأفضلية للنشاط البشري، الجماعي وغير المتمركز: وهنا نرجع إلى يوشاعي بينكلير الذي يقول إن ذلك الاقتصاد يحسن - في البدء - قدرة الأشخاص على بذل المزيد بأنفسهم ولأنفسهم، ثم القيام بأكثر من ذلك في إطار المجموعة الحرة والمنفتحة، وأخيرا القيام بالمزيد داخل المنظمات الفاعلة خارج السوق.

وبعيدا عن التفاؤل الزائد، يمكن المشاركة بلا منازع - بدرجات مختلفة - للإحاطة علما بتلك الاستقلالية في إنتاج وقبول المنتجات الثقافية، بشرط الحفاظ في الذاكرة على أن تلك الحرية الظاهرة تخفي وراءها استراتيجيات تجارية فعالة بوجه خاص، وأن منطق التسويق هو الغالب. في الواقع هناك من وراء المجتمع المرتبط بالشبكة نجد البنى التحتية للتبادل والتواصل، وعلاقات تجارية ومصادمات وعلاقات قوة بين المقاولات الدولية؛ فتطبيع العلاقات بين الصناعة الثقافية وصناعة التواصل يبدو مشوشا وغير واضح حاليا. ووفق دراسة حديثة حول الموضوع فإن «الصعوبة اليوم كبيرة لتحليل ما قامت به الشركات الأربع الكبرى «Les Big Four» أمازون Amazone، وأبل – Apple، وفيسبوك Facebook، وغوغل Google. أو حتى الست الكبار، بإضافة سامسونغ Samsun، ومايكروسوفت Microsoft حيث أجروا تغييرات جذرية إلى درجة خلخلة الرأسمالية العالمية[4].

وفرة العرض

من بين التغييرات الكبيرة التي لُوحظت، سنركز في البداية على مزايا العرض الثقافي[5]. وفي التنظيم الكلاسيكي لهذا العرض منذ عشرين سنة، والذي لايزال قائما، حيث كانت القنوات والأسواق الأكثر تصنيفا (الكتاب، والسينما، والأسطوانة)، وكان المنتجون والموزعون يبحثون للوصول إلى الجمهور العام بتطوير استراتيجيات التسويق والدعاية الأكثر استهدافا. ويعد السوق مجالا يتعين فيه على الموزعين تحقيق أقصى المبيعات للمنتجات الأكثر ربحية لكي تقل التكاليف؛ فيجري التركيز على بعض الأعمال وعلى منطق أفضل المبيعات «Best - seller».

أما السوق الرقمية فتبدو جد مختلفة؛ وميزتها أنها تضع رهن إشارة المستهلك مجموعة من المنتجات الثقافية الأكثر انتشارا: جاذبية المواقع، مثل «أمازون» و«يوتيوب»، وتوفر تنوعا من حيث الشكل وحجم العرض المتاح، فيجري تقديم هذا العرض طوعا من دون اختيار تحريري مسبق، بطريقة يكون فيها المستهلك قادرا على الوصول، لينهل بإرادته ويختار بنفسه. وبما أن قدرات التخزين على الويب غير محدودة فإن المستهلك يحصل على عرض الفنانين والمؤلفين من دون ترتيبات، كما يفعل المكتبي أو بائع الأسطوانات، أو حتى الأسواق التجارية الكبرى. فهذه الوفرة في العرض، غير المسبوقة، تولد اليوم نشاطا مزدوجا: من جهة، يجري تركيز الاستهلاك على بعض المنتجات، والأفلام أو الأغاني الأكثر شهرة أو الأفلام الناجحة (blockbusters) التي تقترن بـ «عالم النجوم»[6] (star system)؛ ومن جهة ثانية، نشوء منافذ جد متخصصة توجَّه إلى جمهور خاص، مثل ظاهرة السلسلة الطويلة La Longue Traine، كما يقول كريس أندرسن Chris Anderson في مؤلفه الصادر بالولايات المتحدة في العام 2006، والذي أصبح مؤلفا كلاسيكيا[7].

أما فيما يخص عالم النجوم (star - system) الذي خلخل المفهوم التقليدي لشرعية الكتاب والفنانين والمؤلفين، والتي ظلت قائمة على أساس الاعتراف بالأقران (les pairs) والانتقادات المتخصصة والجمهور العريض، فكانت الشهرة تنبثق من قِبل دائرة الواصفين والخبراء لتقييم المؤلفات الجديرة بالاهتمام. فجرت خلخلة هذا الجهاز تدريجيا أولا بحكم التأثير المتزايد لوسائل الإعلام التقليدية التي أصبحت مصنفة، بفضل جهات الاعتراف المعتادة[8]، باعتبارها أول الواصفين في الميدان الثقافي.

ومنطق قائمة الفائزين[9]، بمعنى الترتيب الأدبي والسينمائي والموسيقي (offices, hit - parades best - sellers, box) المقترح من قبل الإعلام المكتوب، وأيضا الراديو والتلفاز والجوائز بكل أنواعها، التي يسهر عليها الحكام، والتي تكون دائما عرضة للنقض (جائزة غونكور، وحفل سيزار، وفيكتوار دولا ميزيك)، والتي تؤثر في قيمة الفنان أو العمل في السوق الثقافية.

أما اليوم فقد جرى تعويض ذلك الدور الكبير لوسائل الإعلام التقليدية بتقنية تصنيف أفضل المبيعات التي تبثها المواقع التسويقية من بعد وبالتعليقات المتوالية، كإعلان أو رأي عبر الويب. لقد أصبحت وسائل الإعلام التقليدية، ووسائل الإعلام الرقمية، عناصر الدفع الرئيسية للشهرة: فتعطي شرعية أكثر أو أقل لبعض المبدعين، وذلك بفضل صدى ترتيبهم. في الواقع فإن المرتبة المُتحصَّل عليها من طرف أحد الفنانين أو الكُتَّاب في تلك الترتيبات تتقوى بشكل آلي، وذلك في حدود كون اهتمام الجمهور يتجه نحو الرابحين تحت تأثير كرة الثلج، وبذلك يرفعون مبيعات أسطواناتهم أو كتبهم[10]؛ فالنجاح الإعلامي الناتج عن الدعاية عبر الشبكات الاجتماعية يضاعف - بشكل كبير - سمعة المعترف به أكثر. فاقتصاد نظام النجوم (star system) يمكن بالتالي الدعاية للأكثر بروزا فيعزز النجومية، ومن ثم يتقلص الإبداع والأصالة الخلّاقة. تقول فرانسواز بنحمو Françoise Benhammou: «يتفوق احترام الرقم على كل الاعتبارات، وتزداد الجودة بحكم عدد المعجبين»[11].

فإذا وضعنا أنفسنا لحظة في جهة «الذيل الطويل» (longue traîne) أو (long tail)[*]، سنرى أن العرض الثقافي الراهن يرتكز أيضا على انتشار الأماكن المتخصصة على الويب. لقد مررنا شيئا فشيئا من عالم الندرة (ليس هناك كثير من الرفوف لعرض كل الكتب، وليس هناك كثير من الشاشات لإظهار كل الأفلام المتاحة) إلى عالم الوفرة، إلى سوق من دون حدود تُمكّن بفضل التوزيع من بعد من أن تجد كل شيء، مثل نجاح المكتبة أو السينما (الهيت)، وكذلك المنتجات القيمة (المكانة)، مثل المؤلفات الخاصة ببعض الفقهاء، والتسجيلات الموسيقية النادرة، والأفلام المأخوذة من البيانات المنسية. كما يقول كريس أندرسون Chris Anderson في

(*) للمزيد من التوضيح حول «الذيل الطويل» انظر: http://altarrikh.blogspot.com/2014/09/- long - tail - longue - traine.html. [المترجم].

المبيعات القليلة، حيث تكون الأرباح أكثر؛ لأن «الرقم الكبير، الكبير جدا (مواد السلسلة) المضاعفة بالرقم الصغير نسبيا (المبيعات لكل واحد منها) يعطي مع ذلك رقما كبيرا، كبيرا جدا»[12]. فتجميع المبيعات المستهدفة من كثب يمكّن من إبراز سوق منافس لأكبر الأسواق الناجحة. فالذيل الطويل ليس إلا ثقافة مستبعدة لمصفاة الندرة الاقتصادية»[13].

ترتكز هذه السوق الكبيرة والمتخصصة - قبل كل شيء - على اهتمام الناس، ويتعين عليها أن تسهم في تنمية الميادين الثقافية، لكن أيضا في التغذية والموضة أو تكنولوجيا المعلومات. ومثل هذا التحليل يفترض أن تكون في السوق مواد غير معروفة كثيرا، معروضة من أجل معرفة قرارات الأفراد القوية والمتعددة. ومن ثم إذا أخذنا مثلا الموسيقى بأنواعها، فدراسة الاختيارات عن طريق التحميل حول الأغاني الأكثر تحميلا أو مشاهدة ستنصب – على الرغم من كل ذلك - على الأغاني المرتبة (Top 50) الأكثر شهرة[14]. وهكذا يبدو أنه من أجل تسويق الكتاب الورقي من بعد سيكتشف الزبون – بالفعل - منتجا مهما بفضل توجيهات مواقع البحث[15]؛ فنموذج السلسلة الطويلة لا يبدو إذن أكثر عالمية بالنسبة إلى البعض بإظهار أن هناك درجات متفاوتة وفق القطاعات.

الاستراتيجيات التسويقية للمواقع والمنابر الإعلامية

لا تختزل السوق الرقمية فقط في مختلف أشكال عروض المنتجات الثقافية (والمنتجات الأخرى)، إنها أيضا مصدر الاستراتيجيات التجارية الجديدة الأكثر أهمية ونجاعة، حينما يكون الهدف هو جذب انتباه رواد الإنترنت. وكما قال بيار - جان بنغوزي Pierre - Jean Benghozi، فاقتصاد الثقافة ينتقل شيئا فشيئا إلى معظم القطاعات المعنية (لاسيما السينما والموسيقى) «بخصوص منطق مُنتج متعلق بتقييم التسجيلات[...] وفق منطق الخدمة، حيث يلج المستهلكون إلى المضامين في إطار عرض شامل وجزافي في كثير من الأحيان»[16]؛ فتنمية الشبكات، أو ما يطلق عليه «الند للند» peer - to - peer [17] جعل الولوج إلى الموسيقى والأفلام وألعاب الفيديو شيئا عاديا، حيث جرى تعزيز مجانية الولوج إلى المضامين. لقد أصبحت السوق محكومة من طرف الفاعلين بالشبكات الاجتماعية ومنابر

البث التي تعمل بالدرجة الأولى، ويتعين ألا ننسى ذلك، على تقييم معطيات الاستماع والاستعمال. وهذه الأخيرة - في الواقع - تبحث بكل الوسائل لجذب المستهلكين - عبر الإنترنت - ومن ثم تنمية الاستراتيجيات التجارية الفعالة من أجل التقاط ما هو أهم في السوق.

وفي تلك السوق الرقمية يُستهدَف أكبر عدد ممكن من الناس، وذلك بالتوجه نحو كل فرد على حدة، وفق رغباته التي جرى تحديدها عن طريق أجهزة تقنية متعددة، وبطرق دقيقة لتحديد العادات. وعن طريق تلك المعطيات يجري تحديد الجمهور وفق النوع والصنف، بمعنى: إلى أي نوع وصنف من المستهلكين ينتمي. إن المختصين في التسويق يبحثون على ذلك الأثر لتحديد الطريقة الدقيقة للعرض والطلب في مدة محددة، وتنمية الرابط المناسب مع المستهلك، مع تقييم تطلعاته وتوجيه رغباته. أما الهدف فهو جعله يدخل في بناء العرض، وأن يثير من جهته ردا عبر الضغط على الزر، وذلك خلال لحظة التسجيل أو الشراء. فكل الاستراتيجيات المعتمدة عن طريق المواقع والمنابر الإعلامية، إضافة إلى الروابط المحتضنة (sponsorisé) والروابط الإعلانية على صفحات الويب، ترتكز على الفكرة التي مفادها أن الطلبات المتعددة للمتصفح تشكل رغبات الاستهلاك. هكذا يجري استهداف الزبائن المحتملين والمتوقع اهتمامهم، وذلك بربط الإعلان والرغبة المعبر عنها بالكلمات - المفتاحية، ويجري ذلك أيضا بفضل ملفات صغيرة تسمى الكوكيز «cookies» (مؤشرات للربط يجري وضعها على المواقع وتحمل معلومات حول زيارات كل مستخدم ورغباته وعاداته).

وبعض الشركات المتخصصة تطور – كذلك - تحليلات سيميائية للمناقشات الجارية على الشبكات الاجتماعية في «فيسبوك» مثلا، وذلك من أجل تحديد المواضيع الراهنة، وتحديد استهداف إعلاني مناسب. كما يستعملون الخوارزميات (des algorithms) من أجل ترقب اللحظة المناسبة لبث رسالة قصيرة توجه إلى مجموعة من الزبائن المحتملين، من أجل معرفة موضوع أو نوع معين من الموضوعات، ومجالات الاهتمام الأقرب؛ فخبراء التسويق، و«استغلال المعطيات» (data mining) يحاولون استباق رغبات الزبائن، وبشكل ما تسهيل مساراتهم الاستهلاكية وتوجيههم نحو مشترياتهم[18]؛ فهذا التحفيز المستمر لتعطش المتصفحين

للاستهلاك يعزز في الواقع، وفق بعض المحللين، ولوجا فوريا للمتعة، يستعمل جس النبض الأولي للأفراد، ويوضح في نهاية المطاف توسع شكل من الرأسمالية الرجعية (capitalisme régressif)[19].

إذا كان الفاعلون ومقدمو الخدمات في المجال التكنولوجي يحاولون بشكل دقيق، وبكل نجاعة ممكنة، مراقبة علاقة المستهلك، فهذا يعني أن الخدمات من بعد يجب أن توجد قرب التطلعات والحاجات، وليس العكس. فمنذ اللحظة التي تصبح فيها تلك المنتجات الثقافية والإعلامية لا مادية، فإن قيمتها لن تكون بالضرورة وفق تكلفة الإنتاج والتوزيع، لكن وفق الاستهلاك، باستقبالها؛ فنكون بصدد مؤانسة (sociabilité) حول تلك المنتجات، والمحادثات والتبادلات التي تثيرها، وهي التي تؤسس بشكل ما قيمتها الجوهرية. ومع إدخال الذاتية بشكل قوي في المبادلات، وبتشجيع الارتباط العاطفي في إنتاج أو علامة، نحاول إقحام المستخدم في الإنتاج الثقافي، وجعل المتصفح فردا فاعلا ومتفاعلا.

لقد أصبح للويب دور رائد: ويتعلق الأمر بتسهيل مبادلات التفاعل والتعليقات وإعادة البث للآخرين عبر النصوص والصور والصوت، كما هي الحال على فيسبوك، وذلك بكتابة جمل قصيرة من أجل تبادل التطلعات مع مجموعة من «الأصدقاء»، وأيضا على تويتر بإرسال «تغريدات» من أجل ترغيب المتتبعين. وبتلك الآراء المتبادلة حول محتوى أو بخصوص فنان مشهور، يجري استغلال ذلك كلما ازدادت تبادلات المتصفحين في تشخيص عالم المؤلِّف أو الفنان.

إن المنافسة الجديدة الناجمة عن محركات البحث، وصناع أجهزة التواصل والربط عبر الإنترنت بدأت تفرض على ناشري الكتب والمؤسسات الكبيرة العالمية المشتغلة في ميدان الموسيقى (Les majors) والمنتجين السينمائيين إعادة التفكير في التموقع وطريقة العمل؛ فنجد اليوم على الإنترنت نوعين من التبادلات الاقتصادية والاجتماعية: سوقية وغير سوقية - marchands et non marchands. فهذا الهجين مكون من شكلين: شكل تجاري والآخر يرتكز على الهدية أو المجانية[20]، ومن المؤكد أنه ليس في حد ذاته جديدا، لكنه أخذ حجما غير مسبوق منذ ازدهار الإنترنت؛ فنجاح شركات جمع المضامين، مثل يوتيوب أو الشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك، يقوم على أساس أن المتصفحين يستعملونها بالمجان، ويوظفونها

وفق تطلعاتهم، ويتبادلون ويسهمون في جاذبيتها وتقييمها تجاريا. وخلافا لما يسمع من خلال الخطابات الترويجية لمنشئي بعض الشبكات الاجتماعية، فالأمر لا يتعلق فقط عبر فيسبوك مثلا، بتبادل المضامين مع «الأصدقاء» الأكثر أو الأقل قربا بشكل غير مرغوب فيه، بل أيضا - وفق فرانك روبيار Frank Rebillard، «بتبادل المعطيات الشخصية مع المنبر الإعلامي ومواقع أخرى مرتبطة به، من أجل المصلحة الاقتصادية المعلنة»[21]. فالغرض من المجانية الظاهرة للربط والتفاعلات في الواقع هو الطموح لاستقطاب أكبر عدد من المتصفحين عبر الويب للرفع من مداخيل الإعلانات، والتمكن من اقتراح مواد تجارية بعد معرفة أفضل لأذواق ومراكز اهتمام المتصفحين.

لقد خلخلت قنوات البث الرقمية - كما يلاحظ الجميع - القطاعات الثقافية التقليدية، وزعزعت منطقها الوظيفي الاعتيادي، وأثرت في طرق توزيع المضامين. ونلاحظ كذلك إعادة تشكيل عميق للمشهد الثقافي تحت التأثير الرقمي والازدهار المتواصل للمواقع والمنابر.

اقتصاد الاهتمام (Economie de l'attention)

آليات التوصيات

بما أن اقتصاد المعلومة على الشبكة يركز على النشاط الفردي والجماعي لمتصفحي الإنترنت، فهؤلاء لم يعودوا مجرد مستهلكين أو زبائن، بل أصبحوا بالطبع في أعين المنتجين مساهمين حقيقيين ومروجين للمعلومات. وبعبارة أخرى، فإنه لم يعد اختيار الناشر أو المنتج هو ما يحدد رواج الأعمال في الساحة الثقافية الرقمية، بل التوصيات التي يبثها المتصفحون بمعجب وغير معجب (j'aime ،j'aime pas) وللحصول على أكبر عدد من المعجبين (buzz) حول فنان أو عمل يحفز الاختيار والانتشار. وهكذا تشكل الدعاية - من شخص إلى آخر - ورأي الأقران محركات للطلبات، ومن ثم مشتريات محتملة.

إن تقنيات «التسويق الواسعة الانتشار» (Marketing viral)، أي النقل من قريب إلى آخر، وعن طريق الرسائل التجارية الإلكترونية، بدأت تستعمل اليوم بشكل متزايد، كما سبق ذكر ذلك، فهي تسهم بشدة في إسهام المستهلكين بالاعتراف

وانتشار المنتوج أو علامة تجارية، باستعمال شبكاتهم وعلاقاتهم الشخصية؛ فآلية الإنتاج التعاوني[22] هذه تشجع ظهور نظام، حيث يجري تقييم الفاعلين المحترفين (بالانتقاد)، وتقييم الهواة أحيانا، وذلك بشكل متبادل، لاسيما حين تكون كلمة المحترف موضوعا للنقاش، خصوصا من قبل الهواة، كما نلاحظ ذلك على موقع أمازون (Amazon.com) الرائد في مجال بيع الكتب، والذي يقترح على القراء التسجيل والتعليق على المؤلفات، أو على موقع AlloCiné.fr الذي ينشر على صفحته الافتتاحية تقييما للأفلام من قِبل الجمهور. إنهم مجموعات قراء ومستمعين وجمهور، تسهر بشكل متزايد على تقييم الأعمال وشهرة الفنانين: وهذه الظاهرة غير المسبوقة أصبحت مسألة حاسمة، بحيث يجري بثها على الشبكة العنكبوتية لتصل إلى مئات الآلاف، وأحيانا إلى الملايين، من الأفراد. وستتاح لنا فرصة للتوسع في الموضوع لاحقا.

لقد بدأ مستهلكو المنتجات الثقافية يولون أهمية متزايدة للتوصيات الصادرة عن الأصدقاء بدلا من الخبراء في الميدان أو النقاد المحترفين؛ حيث يتصفح المستهلكون المواقع، ويقارنون الأثمان، ويدلون بآرائهم حول ذلك العرض أو المؤلف[23]. وبفضل المؤانسة والمحادثات تتداول المضامين وتستوضح، ومن ثم يجري التعرف عليها؛ فهناك مثلا نجاح كتاب على الصعيد الدولي مثل شيفرة دافنشي (Da Vinci Code) الذي وزع منه عشرات الآلاف من النسخ مسبقا إلى قادة الرأي (Leaders d'opinion) على موقع أمازون[24]، هناك تقنية كلاسيكية للتسويق الواسع الانتشار تعمل على تحديد واستهداف هؤلاء الرواد على الويب، لتحفيز الزبائن من أجل انتشار المؤلَّف[25]. ومن ناحية أخرى فإن المستهلكين يستطيعون تصنيف وترتيب مختلف العروض المقترحة عليهم وفق المؤثرات المرموز إليها بالملاحظات والنجيمات أو التصويت). فظهور تلك الآليات الجديدة للتقييم، المدعمة بالتوصيات وتعليقات المتصفحين، يعطي توسعا لأنماط مشتركة للاعتراف؛ فهل يتعين انتظار تراجع الوصفة التي تحدد «من أعلى إلى أسفل» (top down)، المستمدة من النقاد المحترفين، لمصلحة منطق «من أسفل إلى أعلى» (bottom up) بتوصية الهواة؟

وفي جميع الأحوال فإننا هنا أمام ما يطلق عليه المختصون «اقتصاد الاهتمام»، سواء تعلق الأمر بالحاجة أمام التراكم الكمي للعرض، وحتى الحمل الزائد للمعلومات

كتلك التي تسود على الإنترنت، أو من أجل الحظوة بالاعتراف والحصول على النجاح. وذلك الاعتراف يفرض قيام علاقة ثقة مع الجمهور، لاسيما جذب الانتباه. وهذه الآلية التي تستعمل أيضا في الصحافة المكتوبة المجانية[26] تقوم على أساس مبدأ بسيط: كلما استُهلك منتوج ما كان مهما في خلق الروابط والحصول على الشهرة. وبمعنى آخر: كلما كانت شبكة المستهلكين أكثر عددا كان عدد الروابط مرتفعا، ومن ثم تحصل الشبكة على قيمة أكثر في أعين أولئك الذين ينتمون إليها[27]، وبحكم الوفرة في العرض، فإن الانتباه أصبح مصدرا نادرا بشكل متزايد. وهنا يجري استدعاء عدة استراتيجيات لجذب انتباه الجمهور على الشبكة: الحث على الوفاء من أجل اللعب مدة أطول، والتنبيه بتسليط الإشارات الضوئية، والانغمار (تستعمل عادة في ألعاب الفيديو)[28]. فهذا المنطق المتعلق بجذب الشريحة الأكثر تشتتا، يستهدف إتاحة وصول المتصفحين إلى المعلومات التي تستقطب الانتباه وتكون وثيقة الصلة بالموضوع.

سوق الرؤية

الرهان الأساسي ليس فقط لفت انتباه المتصفحين، لكن أيضا إعداد الفنان أو المؤلّف لرؤيته الخاصة عبر الإنترنت؛ فهذا النشاط المتعلق بالإعداد والإنتاج الشخصي يفترض - بشكل ما - أن يبادر الفرد بنفسه إلى إشهار سمعته. لم تعد الشهرة مرتبطة فقط بالوسطاء المتخصصين، والسلطات الشرعية (الأقران والمتخصصين من خلال الإجراءات المقننة) كما رأينا من قبل، بل بالصدى داخل الشبكات الاجتماعية والمنتديات والتعليقات المرسلة والمتبادلة؛ فثقافة العرض(la culture de l'exposiotion)، التي أصبحت على نحو متزايد على الويب، تنطلق من مبدأ أن المهم هو الملاحظة، وأن الأهم ليس بالضرورة أن يكون أصليا أو إبداعيا، بل أن يكون منظورا؛ فرأس المال المرئي، وفق تعبير ناتالي هينيش Nathalie Heinich[29]، يتعلق بتباين الموارد بين الأفراد المعروفين والأفراد غير المعروفين، والقدرة على أن يكون الفرد أكثر مشاهدة من قبل الآخرين، وذلك مباشرة أو عن طريق الصور، بما يتيح الحصول على الشهرة بواسطة أكثر عدد من المعجبين. فهذا الرأسمال قابل للقياس، فهو يتراكم ومن ثم يمكن تصريفه نحو قطاع آخر «من الموضة إلى الغناء، أو من الغناء نحو السينما مثلا».

وفي هذا السياق فإن الصورة - أكثر من الكتابة والصوت - أصبحت المصدر الأساس للمرئي، بعد السينما التي رفعت وزن بعض الممثلين أو الممثلات، جاء التلفاز ليمنح للمنشطين والصحافيين فرصة لمنافسة نجوم الشاشة الكبيرة والحصول بدورهم على شهرة كبيرة. لكن منذ بداية سنوات الألفية الجديدة (على الأقل في فرنسا)، وبفضل النجاح غير المتوقع للبرامج التلفازية المباشرة، استطاعت الشاشة الصغيرة أن تعطي الفرصة لأشخاص مجهولين للظهور أمام الملايين من المشاهدين، ومن ثم - خلال ربع ساعة - تحقق لهم الشهرة التي تكلم عنها أندي وارول Andy Warhol. كما أن الإنترنت تغير بشكل عميق اللعبة؛ حيث إنها تسرع - بطريقة مثيرة - تداول الصور، وتوسع كثيرا من شريحة الأفراد المحتمل الوصول إليهم.

هــــذه الظــاهرة الثنـــائية، مـــن حيـــث الزمـــان والمكـــان، أي «التزامـــن» (despacialisée)[30]، تمكّن من نشر صور النجوم عبر العالم بأسره، وتسمح لكل شخص بأن يعطي اسمه وصورته ليشاهدها أكبر عدد ممكن؛ فإمكان الولوج المحتمل للشهرة لأي كان، ينتج - كما تقول ناتالي هاينش Nathalie Heinich، قطيعة مع التسلسل الهرمي الاعتيادي بين الأعلى والأسفل، وبين الرفيع والبسيط. وهناك بحث في الموضوع[31]، ويتعلق الأمر بالحضور عبر الإنترنت من قبل ألف فنان موسيقي بالمواقع التالية: (Amazone France, Amazone Us Fnac iTunes, Lastfm, Myspace,YouTube Dailymotion, Facebook, Twiter...)، بين أن الإنترنت تعتبر بالفعل مؤشرا إلى دمقرطة الرؤية بالنسبة إلى الفنانين غير المعروفين من طرف وسائل الإعلام التقليدية، لكنها تترجم أيضا ديموقراطية الاستماع من بعد؛ فتوزيع الاستهلاك عبر الويب يبقى غير منصف بما أن الشهرة عبر فيسبوك وتويتر مثلا تبقى جد مركزة في 6 في المائة من الفنانين على فيسبوك، و10 في المائة على تويتر، ونسبة المشاهدة 90 في المائة على كل صفحة من تلك الصفحات. إضافة إلى ذلك فإن الفنانين الأكثر شهرة على الإنترنت هم الأكثر شهرة كذلك خارج الشبكة. وثمة عدد قليل من الموسيقيين يستطيع الوصول إلى الشهرة من بعد، من دون الحصول على مشاهدة فعلية في العالم غير الافتراضي. ومن ثم جاء ربط العلاقة بشكل ما بتأثير الويب في شهرة الفنانين المغمورين.

وحيث يشكل التكتم وغياب الإعلان قيمة عليا لثقافة أرستقراطية معينة، يبدو عالم الصورة عكس ذلك، فالظهور في برنامج تلفازي أو على الشبكات الاجتماعية، يبدو كطريقة لتكبير الحجم والحصول على الشهرة. وبذلك يمكن اليوم صياغة صورة أو حجم تحدد توزيع رأسمال «الرؤية» (la visibilité) انطلاقا من المبدعين والمفكرين، ومرورا عبر المغنين، والممثلين وعارضي الأزياء، ثم المهنيين في التلفاز (الصحافيون والمنشطون) للوصول في النهاية إلى نجوم تلفازي الواقع (téléréalité) والمتصفحين على الشبكات الاجتماعية[32]. فهؤلاء غير المعروفين الذين سيصبح في مقدورهم الحصول على «رؤية» عابرة (éphémère) لا تتعدى الحدود الوطنية لمعظمهم، يستفيدون مبدئيا من الشهرة بشكل ديموقراطي أكثر من السابق (بما أن الكل أصبح بطبعه نجما)، لكن مع ذلك (فالبعض سيقول بـ «ثمين رخيص» au rabais) لأنها ترتكز على القرب والألفة والمدى القصير؛ فالتغيير الملاحظ هو كبير إذن؛ لأنه في النظام الإعلامي، وفي فترة ازدهار الرقمي يكون تفرد الشخص أكثر انفصالا في حدود الحصول على التفوق بالارتكاز على الرؤية؛ فنحن بعيدون كل البعد عن الإبهار (le glamour) والأصالة ومسافة الأولمبيين، وذلك وفق وصف إدغار موران Edgar Morin[33]، فنجوم العصر الحديث هم في الواقع تفاهة معروفة بنجومية شعبوية.

كثيرون هم الذين يتهمون قوة الصناعة الثقافية، أو بالضبط الصناعات الثقافية والتواصلية، من أجل لفت الانتباه إلى ذلك الوضع. فالتسليع الثقافي سيخلف بالطبع تجانسا للمنتجات الموضوعة في السوق وإشاعة تدريجية لأوجه الشهرة. إن سرعة تجديد المنتجات واستهلاكها شيئا فشيئا - بشكل عابر - ستكون مؤاتية لمقياس عام وإفقارا للثقافة. وجهة النظر تلك، المتخذة منذ فترة طويلة، ليست خاطئة بالتأكيد من حيث المبدأ (العديد من الأمثلة المعاصرة تؤكد ذلك)[34]، ومع ذلك نجد بعض الاستثناءات التي لا تؤكد القاعدة. ونعلم مع ذلك منذ فترة أنها موجودة[35]، وعلى الرغم من عولمة التبادل الثقافي، فإن هناك توترا بين التجانس وعدم التجانس الثقافي لدى الجمهور، كما قال ليسيان كاربيك Lucien Karpik إنه في إطار اقتصاد ذي طبيعة خاصة (économie des singularités)[36] تقوم تعددية إيقاعات التغيير ويتجلى تنوع التوجيهات الجماعية.

الجاهزيات المرجعية والتصنيفية

إن توسيع سوق الرؤية يستند على الأقل إلى الويب، فضلا على أجهزة غير مسبوقة ومعقدة المرجعيات والترتيب. فشهرة منتج أو فنان تستند في الواقع إلى آليات ذات صلة بالسُّمعة[37]، ترتكز في معظم الأحيان على جمع المعلومات الإحصائية وإجراءات تقنية راقية؛ فلا طائل من لفت الانتباه وتحسين السمعة إذا لم يجرِ التفكير في منطق الترتيب والتسلسل في العمل على الويب.

هناك نظام يطلق عليه «متري ويب» (métrique web) معروف بـ «باج - رانك» (PageRank) لدى غوغل، نجح في فرض ترتيب يعطي التفوق مبدئيا لمن يعتبر أحق من الغير. من أجل تفادي الرد على تساؤلات المتصفحين للإنترنت بخصوص عشوائية الترتيب، يضع المهندسون في شركة «موندين فيو» (Mondain View) جهازا فعالا جدا من حيث تقييم الصفحات على الويب. وقد تطرق دومينيك كاردون - Dominique Cardon[38] إلى أهمية هذا الجهاز وفق الهيكلة النسبية للصفحات، وذلك باعتماد ترتيب من شأنه أن يعكس التفاعلات المتعددة التي ينسجها المتصفحون على الشبكة العنكبوتية من خلال تدخلاتهم.

بالاعتماد على أعمال قياس «السوسيوميتري» (la sociométrie) (لوصف هيكلة المجتمع من خلال الروابط التي تنسج بين الأفراد، و«السيانتوميتري» (la scientométrie) (إنتاج مؤشر الاقتباسات العلمية)، تصور المسؤولون عن محرك غوغل جهازا تقنيا يكون محايدا وموضوعيا، ويستند إلى الإجراءات الشكلية الأكثر تقدما وبهندسة حسابية. ومن دون الدخول في التفاصيل الأكثر تقنية، سنؤكد هنا أنه في هذا الجهاز تكفي الروابط وحدها لتحديد سلطان الوثيقة. وبمعنى آخر، فكل نص أو وثيقة يعتبر أمرا مهما (إذن ذو صلة) إذا ذُكر كثيرا، بغض النظر عن المضمون الجوهري[39]. وبذلك فإن غوغل تفوض لقاعدة حسابية عبر الآلات (روبوتات محركات البحث) مسؤولية الترتيب، وليس للأحكام البشرية.

في العالم الرقمي، كما يعرف بذلك دومينيك كاردون، فإن الحكمة الظاهرة أو ذكاء الجمهور (الفكرة التي يجري بموجبها آليا تجميع أحكام المتصفحين - المتفرقة والاعتباطية - على الإنترنت) يعطي تبريرا لما يتم قياسه عبر «باج - رانك» (Page Rank)، أي سلطان الويب. لكن في تلك العملية الإجرائية بامتياز، والتي

يتعين أن تكون في الأساس ديموقراطية (الرابط يشكل صوتا) تختفي مفارقات ترتيبية حقيقية؛ لأن المتصفحين متساوون في الظاهر، أما صفحاتهم فليست كذلك. وليس لكل الاقتباسات الوزن نفسه؛ لأن غوغل تقوم في الواقع بترجيح الصفحات وفق المعايير.

منذ أن أخذت سوق التصنيف تلك الأهمية، وضع كثير من المتصفحين - ومن بينهم فنانون ومؤلفون ومؤسسات وشركات مقاولات - الخدع التقنية، أو إجراءات تحويل من أجل الظهور فورا على الصفحة الأولى لمحرك البحث، وتصور استراتيجيات بارعة وناجعة لبيع السمعة، فجعلت موقع غوغل - بشكل ما - يبتعد عن موقف الحيادية الظاهرة للتدخل مباشرة في الترتيب، والقيام شيئا فشيئا بدور «شرطي الويب». ومواجهة لهذه السوق السوداء الحقيقية للشهرة فإن مصداقية وسمعة غوغل أصبحت على المحك، بما أن المقاولة الأمريكية في آخر المطاف مجبرة على إصدار الأحكام حول طبيعة الاقتباسات (صحيحة أو خاطئة) التي تجمعها وتختارها. ومن ثم تظهر تلك الآثار الضارة المتعلقة بجهاز التصنيف والترتيب حول موثوقية السوق وروابط الرؤية على الويب. لقد أصبح حياد «باج – رانك» موضع شك؛ فالدراسات تؤكد أن الذين يُذكَرون هم دائما من يستفيدون من مستوى عال من رؤية: «عدد قليل من الصفحات يجلب عددا لا بأس به من الروابط، في حين أن معظم المواقع تكون مرتبطة بالقليل من المواقع ولا تذكر في الغالب من قِبل أي أحد [...]. والدليل قاطع: 90 في المائة «باج - رانك» على الويب في ملكية 10 في المائة من المواقع[40]». وهكذا نلاحظ أنه من خلال الترتيب المحقق من قبل محركات البحث، تمتزج السلطة المقيسة من حيث المبدأ بعدد الروابط بشكل متزايد مع الشعبية المقدرة بعدد مرات ضغط متصفحي الإنترنت. إن ثقافة المجانية الظاهرة والتبادل غير المرغوب فيه تخفي في الواقع منطق الانجذاب الذي يُخوِّل مجددا للأفراد (إذن المؤسسات أو العلامات التجارية) شهرة أكبر.

ومن ثم يمكن التساؤل - كما يدعونا دومينيك كاردون - عن الأهمية، ليس فقط بشأن الويب الوثائقية، بل أيضا بشأن ويب الأفراد، وتحديدا بشأن الحلول الحسابية (L'Edge Rank) في فيسبوك الذي لا يرتب الملفات على أساس روابط النصوص التشعبية، بل على الأحكام الذاتية المتبادلة بين الأفراد المرتبطين بالألفة أيضا. إن

العدادات التي تحسب المتابعات، وأجهزة التصنيف والترتيب على محركات البحث، وعدد الأصدقاء على فيسبوك، تعتبر كلها طرقا للقياس العددي في العالم الرقمي الذي يضاف إلى الإجراءات الكيفية الاعتيادية، مثل التعليقات والآراء المتبادلة حول المنتجات الثقافية.

دوام اللامساواة الرقمية

في هذا المشهد الخاص جدا بالعالم الرقمي المرتكز على ثقافة الرؤية والتوصيات، حيث الاستراتيجيات التجارية أكثر دقة، يمكن الانبهار بسهولة بالخطابات السائدة التي يدرجها الفاعلون على المواقع والمنابر التي تميل نحو تأكيد مزايا التبادل والتقاسم، ومدح جدارة التكنولوجيا الجديدة. هذه الأخيرة من المفترض أنها تعزز في النفوس رغبة الولوج للتسلية، وذلك للحصول على المعلومة والمعارف، والعمل تدريجيا على تأصيل الديموقراطية الثقافية؛ لذا فإن هذا الخطاب يتبين أنه أقل تضليلا كلما اعتمدنا على الممارسات الفعلية لمستعملي الإنترنت.

لكننا كثيرا ما ننسى أن الدراسات المتراكمة - منذ سنوات، في العديد من البلدان - تظهر وجود فوارق كبيرة بين الأفراد من ناحية الولوج، وملاءمة واستعمال تلك التكنولوجيات الرقمية. من المؤكد أن الولوج إلى المواقع والصفحات يكون بداهة مفتوحا للجميع، وفي إمكان كل واحد منا - إن أراد ذلك - أن يقوم بتحميل مقطع موسيقي، ومشاهدة فيديو، وطلب كتاب، ولعب ألعاب الفيديو على الشبكة. لكن تلك النظرة الساحرة قد تكون في الواقع صادمة مع وجود عدد من الحواجز التي تُبذَل دائما محاولة التقليل من قيمتها.

هذا ويتعين الإشارة - في هذا النطاق - إلى عدم استفادة الجميع من تلك المنتجات الثقافية الموضوعة رهن الإشارة، والتي تكون بالتأكيد بشكل مجاني. من أجل وصف حدة تلك التفاوتات، من حيث الولوج إلى التكنولوجيات الرقمية عبر العالم، يشير الخبراء أو المسؤولون إلى وجود «فجوة رقمية» يتعين توضيحها في الحال، وذلك بإعطاء أكبر عدد ممكن (خصوصا الشباب) إمكان الحصول على حاسوب وربط بالشبكة العنكبوتية. وعبارة «الفجوة الرقمية» تمثل مشكلة؛ ذلك لأنها تدعو إلى التفكير في أن كل شيء يدور حول اختلافات الولوج إلى التكنولوجيات. وارتكازا

على التفاوت في معدلات ولوج الوسائل الحديثة للتواصل بين البلدان وداخل كل بلد، أو بين مختلف الأفراد المعنيين، يمكن التفكير بمنطق منصف: افتراض قدرات اكتساب مماثلة للجميع. ولعل ذلك بعيد المنال: إن مجرد امتلاك حاسوب والربط بالشبكة لا يشكل مساواة بصفة آلية من الناحية العملية، ومن ناحية الاستعمالات.

لذا ينبغي التمييز بين الشروط المادية للولوج إلى الإنترنت والتي تشكل مصدر التفاوت من جهة، وبين القدرات المعرفية لكل مستخدم على كل استخدام فعلي لتلك القدرات من جهة ثانية. وبدلا من تصور وجود فجوة رقمية[41]، من الأفضل التفكير في الاستعمالات التكنولوجية الرقمية في المجتمع الحالي، من حيث التفاوتات الرقمية. تلك التفاوتات الرقمية توجد بأشكال مختلفة: الحصول عليها أولا (الحصول على وسائل التواصل)، ثم المعرفة (مدى كفاءة الفرد)، وأخيرا القدرة (القدرة الذاتية على الاستفادة شخصيا من الاستعمال)[42].

وفيما يتعلق بالوصول، فالإحصائيات الدورية في فرنسا التي أجرتها العديد من المنظمات أو المعاهد المتخصصة (ج. ف. ك وميديا ميتري GfK et Médiamétrie) تبين أن معدلات تجهيز الأسر هي بالتأكيد في حالة تزايد، بما أن ثلاثة أرباع الفرنسيين يملكون حاسوبا (ثابتا أو محمولا)، وأن ثلثهم لديهم أجهزة متعددة. وهذا لا يعني أن هناك شريحة غير مرتبطة بالإنترنت. فمن يكونون؟ من لا يرتبطون بالإنترنت هم في الغالب شيوخ في سن تتجاوز 65 عاما. وهذه الملاحظة تؤكد - من دون مفاجأة - أن السن تفسير مهم، مثل حضور الأطفال أو عدمه في البيت (هذا الحضور كثيرا ما يدفع الكبار إلى اقتناء حاسوب، ثم الربط بالشبكة)، لكن السن ليست دائما بالضرورة الشرط الوحيد؛ فالتفاوتات تكون أيضا في الإمكانات الاقتصادية والمالية، بما أن الفقراء أو الطبقة الاجتماعية المتواضعة تكون أقل تجهيزا وربطا مقارنة بكثير من الأسر المنتمية إلى الطبقة الاجتماعية الأقل فقرا (+lacatégorie CSP).

أما فيما يخص أثر المتغيرات الاجتماعية والديموغرافية (السن أو حتى الجنس) في الحصول على التكنولوجيات الرقمية فينبغي ألا يحجب لدى بعض الأفراد (سواء الأفراد الأقوى أو الأضعف اقتصاديا واجتماعيا) وجود شكل من المقاومة التي تدفعهم لرفض الانخراط في المجال الرقمي. ومن دون شك فإن الفجوة بين من يلجون ومن لا يلجون ستستمر في التقلص خلال السنوات المقبلة، وذلك من دون أن

تضيق بالكامل. والنجاح الراهن حاليا للربط عبر الهاتف يثير كثيرا من التساؤلات.

وبالنظر إلى المعطيات الإحصائية الكمية حول معدل التجهيزات، يبدو أنه من الأهمية بمكان إثارة عدم المساواة من حيث الكيف، بمعنى فوارق وتفاوتات الأفراد من حيث الاستعمال؛ فالهوة الرقمية، إذا كانت موجودة، ليست بسبب مشكلات البنية التحتية أو «غياب التثاقف التقني» (défaut d'acculturation technique) لدى بعض الأشخاص: إنها تمتد عميقا في سياق اقتصادي وثقافي، وفي المسار الشخصي والاجتماعي، وفي التمثلات الغالبة التي تحدد بقوة الاستثمار في التكنولوجيات الجديدة. ويتعين إذن دراسة ما يسمى «عدم - الاستعمال» (non usage) للإعلاميات والإنترنت؛ باعتبارها «مجموعة من الممارسات والأفراد والخصوصيات [...] وتسجيل القدرة المادية وعدمها (in – capacité) و/ أو الكفاءة الفعلية وعدمها (in - capabilité) في أخذ المزايا الاقتصادية الراهنة، والاجتماعية، و/ أو الثقافية التي من شأنها أن تُتاح عن طريق استعمال الإعلاميات والربط»، وهذا وفق تحديد فابيان غرانجون[43]. وبملاحظة الظروف المادية لمتصفحي الإنترنت في الأوساط الهشة، وتصرفهم أمام وسائل الاتصال، يُذَكِّر الكاتب بما ينتجه المجتمع الحالي وينشره من تصورات تعمل على تقييم التكامل والاستقلالية الشخصية؛ وتعزيز الخطابات الرنانة بما تقدمه التكنولوجيات الرقمية من إمكان التحرر، وجعل عدم الاستعمال شكلا من النقص الاجتماعي. وفي هذا السياق، فإن غير المستخدمين يعانون دائما نقصا وعدم رضا عن النفس، ويشعرون بالنقص أمام الخطابات الإعلانية حول وسائل الاتصال الحديثة.

ومن ناحية أخرى، يبدو من الأهمية بمكان التركيز على فهم تفاصيل الممارسات الواقعية في المجال الرقمي، ليس فقط ملاحظة المستعملين وغير المستعملين (non users) الذين لا يولون أي أهمية للتكنولوجيات الجديدة، بل أيضا الأخذ بعين الاعتبار «المغادرين» (drop outs) «الذين يغادرون بعد الاستعمال لفترة معينة، وأيضا المستعملون القلائل (بخصوص عدد المرات، والمدة، ومجال الاستعمال)، والذين يعبرون عن الصعوبة في استعمال الوسائل التقنية. هكذا سنعي بثقل المسارات الشخصية السابقة، وبطرق الاستثمار المختلفة، وتعقد وتنوع الاستعمالات التي تتعلق بالنظرات الشاعرية للتقدم التكنولوجي. ولنكرر ذلك؛ فالتفاوتات

الاجتماعية، والاقتصادية والثقافية، «العجز الرأسمالي» إذا أردنا الكلام بلغة بورديو، لها دورها الكبير فيما يخص الاكتساب الفردي للوسائل الرقمية[44].

وبهذا الصدد قد تطرح المشكلة بحدة في مكان آخر عند تحليل ممارسات الرقمي لدى الشباب. والخطاب الرائج حول «الجيل الرقمي» (digital natives) (جيل العصر الرقمي)، والسهولة التي يبحر بها الأطفال على الويب، وكفاءتهم في استعمال وسائل التواصل الحديثة، دون الاكتراث - في الواقع - بمسألة التفاوتات من الاستخدام التي نلاحظها لدى تلك الطبقات العمرية. يلتحق التلاميذ بالمدرسة بتمثلات ومهارات تكنولوجية، مستأنسين بالوسائل الرقمية المختلفة؛ فالسياق السوسيو - ثقافي الذي يتطورون فيه يؤثر بشكل كبير في الممارسات. لقد حددت الأبحاث التي تمت في الولايات المتحدة بخصوص التربية أن علاقة الشباب بالتكنولوجيات، خصوصا الإنترنت هي الأكثر تجانسا، وأن عدم التجانس يفسر جزئيا بالمتغيرات التكنولوجية السوسيو - اقتصادية. كما جرى التأكيد - إضافة إلى ذلك - على أن الإنترنت وحدها لا تسمح بتقليص التفاوتات المدرسية[45].

تلك الملاحظة ليست بعيدة عن فرنسا؛ فهناك دراسة حديثة شملت أربعة آلاف طفل في المستوى المتوسط في العام 1997، نشأوا مع ازدهار الهاتف المحمول والشبكات الاجتماعية خلال السنوات الأولى من هذا القرن، تبين تعقد تنوع الاستعمالات، وكذلك الانقسامات الاجتماعية. فالأطفال المنتمون إلى الطبقة المحظوظة، هم من دون منازع الأكثر مرونة من حيث استعمال التقنيات «فمن غير الممكن تعيين المجموعة الشبابية في سنوات 2000 كأول جيل رقمي (digital natives) من دون إساءة إلى اللغة»، كما يستنتج مؤلفو البحث[46]. وعلى الرغم من كون استهلاك الشاشات بكل أنواعها (التلفاز، والهاتف المحمول، وألعاب الفيديو... إلخ) ازداد بشكل كبير لدى جيل الشباب، فهذا الجيل يشارك بطرق مختلفة، وبشكل يُمكِّن من الرؤية بطريقة متواصلة للحالات والممارسات (من الأكثر مشاركة إلى الأكثر إقصاء، مرورا بالأقل اهتماما)، حيث يوجد التجانس الحقيقي للاستعمال[47]. وفي كل مرة، تكون الأسبقية على أساس الأصل الاجتماعي والسن والنوع حاضرة؛ فالمسألة واضحة: لذلك تستمر الفجوة الاجتماعية.

الجزء الثاني:

علاقة أخرى مع الآخر، والإبداع والمعارف

3

ثقافة تعبيرية وعلائقية: حضور ترابطي

«الشباب المتصفحون يخترعون لغة رقمية خاصة بهم، ويتبنون اتفاقات لغوية خاصة في الرسائل المتبادلة عبر الرسائل الإلكترونية، والشبكات الاجتماعية التي تغمرها الرموز، والمختصرات المعجمية، والأيقونات»

نلاحظ منذ نهاية التسعينيات ظهور عديد من المواقع والشبكات الاجتماعية (Social network sites)، يطلق عليها أيضا السوسيو - رقمية (socio-numérique)، التي تدعو المستخدمين إلى أن يكونوا مساهمين فاعلين. وتُعرف بأنها منابر للتواصل على الشبكة حيث يضع المشاركون بياناتهم الشخصية (profils) مرتبطة بتعريف فريد، حيث يستطيع من يعرضون علنا علاقات من شأنها أن تظهر بوضوح، ويطلع عليها الآخرون، كما يتم الولوج إلى المضامين (النصوص والصور والفيديوهات) أو القيام بدورهم بذلك بإضافة بعض المضامين[1].

وضمن ما سنقوم الآن بتعيينه - كإجراء لتبسيط الأمور - الشبكات الاجتماعية (على الإنترنت)[2]، تلك التي توجه نحو الأنشطة عبر الشبكة المستحثة أولا عن طريق روابط الصداقة والمؤانسة (قضاء بعض الوقت للمناقشة والتبادل مع الأصدقاء، واللهو، والتصفح، وترك التعليقات، وما إلى ذلك) والتي سرعان ما أثارت الكثير من الاهتمام، وأصبحت أدوات للتعبير والمحادثة لتشجيع ما يمكن وسمه «استخدام معبر» usage expressif للويب (مثل الفيسبوك). وعبر تلك الشبكات الاجتماعية القائمة تتشكل دائرة أكثر أو أقل توسعا، تضم أشخاصا متعارفين (أو أصدقاء)[3]، تتسع باستمرار، وقد تضيق أحيانا، وقد تكون تلك العلاقات في الواقع أقل أهمية من تلك الفرص التي تتوافر في الواقع. وتكون التبادلات في العالم الافتراضي حول أمور عادية بالنسبة إلى معظم الشباب، لكن الأمر يكون كذلك لدى عدد كبير من كبار السن. حيث يتفاعل المستخدمون عبر الحاسوب والشبكة، فيتم تبادل المضامين التي ينشئها البعض بالتعبير والتفاعل.

لقد شعر الكثير من الملاحظين والمعلقين المتحمسين بأن تلك الشبكات الاجتماعية تخلق قطيعة غير مسبوقة مع الطرق العلائقية السابقة، وبأنها تجدد بالكامل الطريقة التي يتعاملون بها مع الآخرين عبر الشاشات. ويتعين الإشارة هنا إلى أن تكنولوجيا الإعلام والتواصل (Tic) بدأت في التطور منذ بداية الثمانينيات، ولاسيما في فرنسا بفضل مجموعة من خدمات الحاسوب التي يتم توفيرها باستخدام شبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية، حيث ظهرت تكنولوجيا التواصل عبر الشاشة Télématique و«المينيتيل» Minitel[*] ومن ثم ظهرت ممارسة التبادل والظهور عبر الشاشة. فتلك الدردشات التي تكون دائما تحت اسم مستعار أو مجهول، كانت بداية لظاهرة المؤانسة بين الغرباء، حيث لم تكن القاعدة وضع القناع[4]. فاستعمال «الإرساليات الوردية» ظهرت عبر «المؤانسة» parade sexuelle[5] والتقييم الفوري للأحاسيس والرغبات. لقد أسهمت أدوات اتصال المجموعات (الدردشة أو المنتديات أو النقاشات، والرسائل القصيرة الفورية) منذ بداية التسعينيات في ترسيخ المحادثات في الحياة اليومية عبر الشاشة بين عدد كبير من مستخدمي الإنترنت[6].

(*) المينيتيل: جهاز كان يوفر خدمات التواصل بين مستخدميه عبر الحاسوب، وذلك منذ العام 1982 حتى العام 2012، وشهد أوجه في العام 2000. [المترجم].

لقد أسهمت الويب في ترسيخ أشكال تبادلات غير مسبوقة ومختلفة (في المنتدى، كل رسالة تثير ردا وزيارة الصفحة الشخصية ورسالة شخصية...). فطريقة التصرف في مجال المنتدى، الأكثر أو الأقل تحكما فيما هو تقني، والتنظيم الشكلي للصفحات الشخصية، وأسلوب الكتابة؛ كلها مؤشرات تظهر ضمنيا للآخرين شخصية المتدخل. في الواقع فإن المناقشات عن طريق الشاشات تسلط دائما الضوء على عناصر شخصية لكل شخص، وذلك في إطار المؤانسة العادية، في الظل أو في الخلفية. فالهوية الشخصية والهوية الاجتماعية مترابطتان ارتباطا وثيقا، ويظهر هذا الترابط أن هناك وسائل جديدة للتواصل الرقمي تكون كمصدر منشئ للذات وكشكل من التميز الاجتماعي في الوقت نفسه. وبذلك تُوضع تدريجيا دينامية خاصة بالويب تُمكّن من بناء قاعدة افتراضية ذاتية، لها علاقة بالآخرين.

ومع ذلك يتعين ألا ننسى هنا أن الرسالة الإلكترونية، التي كانت هي المؤشر الرئيس في انتشار الإنترنت عبر العالم، وأن المراسلة الإلكترونية ما تزال تستعمل بشكل واسع حتى لو كان مستخدمو الإنترنت يكرسون جل الوقت للشبكات الاجتماعية. فانتشار تبادل الرسائل عبر البريد الإلكتروني يمكن بالتالي تفسيره كإشارة تحذير لمحادثة بين العديد من الشركاء. وعلى أي حال فقد انتشرت المدونات مع الإنترنت خلال بداية الألفية الجديدة، وبالأخص المواقع الاجتماعية التي سهلت من تلك التبادلات، ومكنت بالتالي تلك التفرعات من عرض الذات والحديث مع الأقارب أو الغرباء، ولاسيما توسيع النطاق والطابع الفوري للظاهرة، وزيادة نطاق اللقاءات المحتملة.

ازدهار المدونات Blogosphère

المدونات blogs التي ظهرت خلال العامين 1997 و1998، سرعان ما أثارت انتباه العديد من مستخدمي الإنترنت الراغبين في الاستفادة من آليات التواصل ومن قدراتهم. إنهم يعطون مثالا معبرا عن تصاعد الذاتية والمؤانسة الرقمية؛ لأنه يتم النظر إليها كوسيلة لنسج الروابط مع أفراد آخرين «حول كتابات يقوم من خلالها [أولئك] بتحديد وبصفة مستمرة ومتقاطعة لشخصيتهم الاجتماعية»[7]. أما في الواقع فإن التواصل يكون من قبل غرباء، وذلك عكس المراسلات الإلكترونية والرسائل الفورية

sms، وهذا المستجد يثير فضول الآخرين ويدعو إلى البحث عن جمهور عريض. هناك بحث أجري في العام 2004[8] أظهر أن جمهور تلك المدونات يشكل قبل كل شيء فئة تتابع ما ينتجه المدونون، كما أن منتجي المواقع هم دائما أول المتتبعين لتلك المدونات. ويرتبط المدونون مع بعضهم من خلال كتاباتهم وإنتاجاتهم: بحكايات حميمية، ونقد الأفلام أو النقد الموسيقي، والتعليقات على الأخبار، والإعلانات...). فالروابط مع الآخرين تنسج بطرق مختلفة، وقد أشار الباحثون إلى العديد منها: كشف الأسرار؛ وتقاسم آثار الأنشطة المشتركة؛ الحديث عن الهوايات وما يكتسبه كل واحد من مهارة بخصوص موضوع معين؛ وأخيرا إعطاء آراء وأحكام نقدية.

فعالم المدونات يحمل في طياته إذن بذور كل الاستعمالات التي سنجدها مستقبلا متفاقمة داخل الشبكات الاجتماعية. إنها تقترح الكثير من الطرق المتعلقة بتكوين الروابط مع الآخرين وطرق إنتاج الجمهور الذي سيزدهر خلال الأعوام 2000 - 2010. وسنتوقف قليلا أمام تلك الطرق التي تسهم حاليا في فهم أسباب نجاح الشبكات الاجتماعية. أولها هو تقاسم ما يكنه الإنسان بداخلهpartage des intériorités مع أشخاص مجهولي الهوية des anonymes، وهذا يُذكرنا بالمفكّرة الحميمية le journal intime في القرن 19: حيث يتم القيام بالاعتراف، والحديث عن الذات، وعن العلاقات العاطفية، والاضطراب الداخلي، والتحرر من الأهل والبحث عن اعتراف الآخر. ولما كان إنتاج الحكي عن الذات يتم عبر وسائل الإعلام ولاسيما البرامج التلفازية المسماة «حميمية» de l'intimité[9]، فإن المرء يبوح خلالها بمشكلاته العاطفية أو الصحية، وذلك أمام جمهور متشوق للتفاصيل المتعلقة بالحياة الخاصة، مع رغبة الأفراد في الاعتراف بوجودهم.

النموذج الثاني يتعلق بالمحادثات العائلية بين الأقارب، وتتناول الأنشطة اليومية أو استعادة اللحظات التي تم قضاؤها مع الأصدقاء. هكذا نجد في المدونات تفاعلات خاصة بالمؤانسة الحميمية، والذكريات المشتركة، وفكاهة ونكتا، وتعليقات على الصور الشخصية، وكل شيء يسهم في المحادثات العادية حيث يتفوق التواصل في النهاية على المضمون. يتعلق الأمر على سبيل الأولوية بتعزيز الروابط الموجودة في السابق بدلا من الحفاظ على الغرباء. وهذه الممارسة من حيث التواصل تظهر بصورة خاصة على مدونات المراهقين.

والنموذج الثالث يمكن تشبيهه بالتنسيق المشترك الذي يركز على هوية المدون من جانب واحد، الجانب يقيِّم كفاءته الشخصية في ميدان محدد: جمع الصور القديمة، أو الطوابع البريدية أو السيارات العتيقة؛ أو هواية المسرح أو الموسيقى؛ أو الإعجاب بفنان أو برياضي أو بمغن. في هذه الحالة، نكون بصدد ممارسين لهواية خاصة، بالارتكاز إلى معارف محددة والتعبير عن كفاءة حقيقية تمكنهم من الحصول على سمعة أمام أمثالهم الذين يتبادلون الرؤى والأفكار بمهنية على الشبكة. هذه الثقافة المعززة بالمعجبين ستنتج كل تلك الثمار في إطار التبادلات على المنابر الرقمية بتبادل المضامين. وسنتطرق إلى الموضوع في موضع آخر.

ويتعلق النموذج الرابع والأخير بتبادل الآراء بين الجمهور، ومشاركة المواطنين بأخذ الكلمة لمناقشة القضايا، والتشكك في دور وسائل الإعلام المهيمنة. ولقد شهدت هذه المدونات المواطنة ازدهارا منذ بداية العام 2000، وذلك قبل الاستعمال المكثف للشبكات الاجتماعية والمدونات المصغرة مثل تويتر خلال الحملات الانتخابية. يكون المدونون في هذا السياق بمنزلة فنانين، وصحافيين، وخبراء، ومناضلين جماهيريين، وسياسيين يعبرون عن آرائهم ويوجهون (بالكثير أو القليل من الصرامة) وجهات نظرهم.

ونلاحظ وجود تبادل الحميمية بين المجهولين les anonymes (مدونة حميمية blog intime)، والمحادثات العادية مع الأقرباء (مدونة بين الذات blog de l'entre-soi)، والتنسيق الجماعي حول اهتمامات مشتركة مماثلة (مدونة معجبين blog amateur)، والتبادل العام للآراء والنشاط السياسي (مدونة مواطنة blog citoyen): فالمدونات، تخفي أشكالا متنوعة من التعبير وتثير الممارسات على اختلافها. إنها توضح جيدا على هذا النحو اختراق الشبكات الاجتماعية بشكل مذهل واستخداماتها المعاصرة.

النمو المذهل لمواقع التواصل الاجتماعي

في حياتنا اليومية لا نكف عن نسج روابط مع الآخرين، والحديث مع أقربائنا (العائلة، الأصدقاء، وحتى الزملاء في العمل)، للمشاركة في الحديث عن أحداث عائلية، والخوض في الحديث في كل شيء وعن لا شيء، والتعليق على الأحداث مع

الأخذ بعين الاعتبار قصصنا وتجاربنا الشخصية، لكن نتحدث أيضا عن الأخبار التي تبثها وسائل الإعلام. إن تلك المحادثات بين الأفراد تشكل نسيج حياتنا الاجتماعية. والتبادلات والمناقشات على الويب لا تعدو أن تمثل بشكل ما تمديدا على نطاق واسع لتلك المؤانسة العادية، وباستثناء هذا التحفظ فالإنترنت تجعلنا نظهر بأعداد كبيرة وتحافظ على أثر محادثاتنا المتعددة.

وبعيدا عن استعاضة أساليب المؤانسة الاعتيادية بالتمام (تزايد التبادلات واللقاءات عن بعد لا يطمس الرغبة في التلاقي مباشرة وجها لوجه باستثناء أقلية صغيرة من مستخدمي الإنترنت شديدة الاتصال hyper-connectés، وتنحصر داخل فقاعاتها)، فإن الممارسات الرقمية تعمل عادة، وفق الملاحظات، على استكمال تلك الفئة وتعقيدها. وأكبر مجموعة متنوعة من أساليب التواصل الموضوعة رهن إشارتنا (الهاتف المحمول، والرسائل القصيرة، والرسائل الإلكترونية، والإرساليات الفورية، والمنتديات، والشبكات الاجتماعية... إلخ) تعتبر في الواقع علامة فارقة لمؤانسة أصبحت مع الوقت أداة للاستخدام تضم معا التكنولوجيات الحديثة التي تجمع مستويات مختلفة من التزامن (المتزامنة وغير المتزامنة). وهذا التعدد في وسائل التواصل التي أصبحت اليوم في المتناول، تحدث التغيرات بتلك الطريقة التي نقيم بها علاقاتنا مع أقاربنا، وأصدقائنا ومعارفنا، وتشهد على ازدهار «الحضور المترابط» présence connectée[10] أو ترابط متعدد الوسائط بشكل مستمر تقريبا.

أما أهم مستجدات مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة إلى المدونات فتتجلى وفق دومينك كاردون[11] في لائحة الأصدقاء (ومن ثم القدرة الوظيفية la fonctionnalité «اتصالات/ أصدقاء») لتصبح تدريجيا الوسيلة الرئيسية لإبحار مستخدمي الإنترنت. وعكس المدونات التي تفضل منتجات حيث تؤدي الكتابة الدور الرئيس، فالشبكات الاجتماعية ترتكز إلى الشكل الشفهي المستند إلى المحادثة. فهي إذن من الناحية الاجتماعية أقل تمايزا وأقل انتقائية، وسهلة من حيث ولوج أكبر عدد من المتصفحين. والإبحار على الشبكات الاجتماعية يُراد منه أن يكون مرِنا وأكثر عشوائية[12] على محركات البحث التي تَرُدُّ على الطلبات المحددة والكلمات المفتاحية. نبحر عبرها كما في مجال حر ومنفتح، وانتظار المفاجآت وغير المتوقع.

فتعطي لكلماتنا، التافهة والسطحية أحيانا، والحميمية والعميقة أحيانا أخرى، ظهورا (أو رؤية) أكثر قوة وصدى على نطاق واسع.

الهوية الشخصية وشبكات المؤانسة

لقد أحدثت التكنولوجيات الحديثة تغييرا كبيرا في شكل الطرق التي يتم بها التحدث عن الذات عبر الإنترنت، فسمحت بظهور ما يطلق عليه «الذاتية عبر الشبكة» les subjectivités en (réseaux)[13]. لقد أدت تلك النزعة الفردية المعاصرة التي تقيّم اكتمال الذات، بالأفراد (بالخصوص تلامذة مدارس المرحلتين المتوسطة والثانوية وطلاب الجامعات) إلى أن يُحمّلوا على الويب هويات متعددة ويطلقوا العنان لانطلاقة حقيقية للجوانب المختلفة من شخصيتهم. فالتعبير الذاتي عن المشاعر والأحاسيس (أو تقريبا كذلك) يطمس الفرق التقليدي بين الحياة الشخصية والحياة العامة ويختزل «الفردانية التعبيرية» L'individualisme expressive أو حتى «الثقافات التعبيرية» Cultures expressives[14] الظاهرة بوجه خاص على «المنابر العلائقية» relationnelles les plates-formes حيث يتم كشف أذواقهم وتفضيلاتهم، ومن ثم إظهار الذات بطرق متعددة. تعتبر الشبكات الاجتماعية في هذا الخصوص كآليات سهلة الاستعمال، تسمح بربط استعمالين غالبا منفصلين حتى الآن، بمعنى عرض الذات والحديث مع الأقارب أو مع الأقل قربا. فالاتصال الخاص ينبثق من مسارات محددة متعلقة بالذات وتصبح عامة بشكل جزئي.

ما الذي نبينه عن ذواتنا للآخرين عبر الشبكات الاجتماعية؟ وماذا سنترك في الظل؟ للإجابة عن ذلك يتعين الرجوع أولا إلى هندسة «الموقع العلائقي» Site relationnel، وإلى مختلف تصميمات المواقع الاجتماعية. تكتفي بعض المواقع بطلب نبذة بيانية fiche signalétique، وأخرى تطلب اسما مستعارا، أو تدعو إلى تسجيل شبكة من الأصدقاء، ووضع صور. والبعض منها لا تحدد أو لا تحدد بصراحة ما يمكن إظهاره أو الوصول إليه عبر الشبكة، وبذلك تخلق المشكلات المتعلقة بمعايير السرية. فتصميم الواجهة يحتوي إذن على اختيارات تقنية تؤكد أن الجهاز ليس محايدا بالكامل، وأنه يترك أثرا في تصرفاتنا. وبهذا الخصوص يذكر سيرج برولكس Serge Proulx أن هناك «توجيهات هوياتية» des assignations

identitaires تعتبر أساس الهندسة التقنية، باختصار فحينما يصف المستعمل ذاته فهو يتمتع بحرية كاملة، لكن في الواقع، فإن تعبيره الإبداعي يخضع لمعايير خفية. وتلك المعايير تكون راسخة في المنظومة، وتتزامن مع قيود «الهندسة التقنية»[15]. وتلك المواقع تُحفز في كثير من الأحيان على تصور ثنائي للصداقة (إما صديق، وإما مستبعد عن الشبكة الشخصية) ولا تترك بتاتا مكانا في هذا المجال في الظل. من أجل فهم الرهانات الاجتماعية والثقافية للصداقة المتعلقة بتقنية 2.0[*]، يتعين القيام بمقاربة سوسيو - تقنية من شأنها أن تكون حذرة من أشكال العبء الممارس من طرف الآليات التقنية وأشكال الترسيخ الاجتماعي للأفراد الذين يستعملونها (انتماؤهم الاجتماعي، طرق مؤانستهم، وطرق المؤانسة عن بعد وخارجه والتطبيق العملي... إلخ)[16]، وذلك في الوقت نفسه.

أما أصالة الشبكات الاجتماعية فلا تكمن فقط في كونها تمكن من ربط عدد كبير من الأفراد المعروفين أو غير المعروفين، لكن بكونها تظهر دوائر علائقية لكل مستخدم، وأنها تعطي الفرصة لانتقال الروابط التي ستبقى من دون شك كامنة. لذا، مع العد العكسي لبعض الخطابات المتخوفة، يبدو أن مستخدمي الإنترنت يتبنون من حيث الظهور، المراقبة النسبية، وأن الافتضاح المعمم يكون بعيدا كل البعد مادام أنه ليس القاعدة على الويب. لذا فإنهم يتوفرون على مصفيات وأقنعة تمكن من الظهور بشكل مختلف في موقع اللقاءات مثل موقع Meetic أو الفيسبوك، وذلك بأخذ المسافة بين الهوية الحقيقة والهوية الرقمية عن طريق إخفاء الهوية. فتقديم الذات على الويب عملية استراتيجية أكثر مما نتوقع من أول وهلة ويدل على تعقيد حقيقي في الإجراءات الراهنة.

تخضع الهوية الرقمية وفق دومينك كاردون[17] لحركية مزدوجة: فهناك الذاتية من جهة، ومن هناك عملية المحاكاة جهة ثانية. والدينامية الأولى تتعلق بالبوح l'extériorisation de soi، كنشاط مسترسل للتعبير عن الذات الذي يتجلى في الحكايات الحميمية، والبحث عن علامات التميز، وإظهار إنتاجات

(*) التي تعني وفق تعريف «ويكيبيديا»: يشير مصطلح «ويب 2.0» إلى جميع التقنيات والخصائص والاستخدامات التي أعقبت النموذج الأصلي من شبكة الإنترنت، وشبكة الاتصالات العالمية أو شبكة الويب العالمية، وتتميز بالبساطة والتفاعل (مؤانسة). [المترجِم].

شخصية. والدينامية الثانية تحيل إلى ابتعاد الذات وتتضح بالطريقة التي يؤدي بها مستخدمو الإنترنت بعض الأدوار البعيدة عن قيود الواقع، فيندفعون لإقامة توصيفات وهمية profils imaginaires أو مبالغ فيها idéalisé تدفعهم إلى تغيير مظاهرهم. وهذا ما أُطلق عليه «الويب الاجتماعية» Web social ومن ثم إضفاء شكل من المرونة على الهوية الرقمية: ويمكن مشاهدة كل شيء وإظهار كل شيء، أو إخفاء أو إظهار المستور.

وهكذا فكل منبر يقـترح شكلا من الظهور الخاص، فيعـطي الفرصة لكل شخص لإبراز هويته الرقمية على سـجلات مختلفة[18]. وفي حالة الشبكات الاجتماعية كالفيـسبوك، نكون بصدد شـكل من الرؤية على غـرار «واضـح - مظلم» clair-obscur.[19]. فهناك حيث يُظهر مستخدمو الإنترنت الكثير من الأمور (صورهم الشخصية، ومكان قضاء عطلهم)، فإنهم يختارون في الأغلب طريقة الاستعراض وفق الجمهور الذي يتوجهون إليه: الوضوح بالنسبة إلى الأكثر قربا، والظلام بالنسبة إلى الآخرين. فتتشكل شبكات الأصدقاء في الواقع من أشخاص يعرفون بعضهم بعضا مسبقا ولا يتوسعون اتجاه الغرباء إلا إذا كان هؤلاء ينتمون إلى محيط العلاقة le périmètre relationnel في الحياة اليومية. وقد يتم التوجه حقا نحو الآخرين بحميمية متحفظة، لكن هذا العرض يكون عموما انتقائيا (الملف السوسيو - ثقافي لـ «الأصدقاء» يكون متجانسا نسبيا) ويكتشف في إطار شكل ما الواقعية والدقة عند مرور المعلومات الشخصية على الشبكة. ويبدو أن هذا من شأنه، ولو بشكل جزئي، أن يثير تخوفات نقاد الويب الذين يشجبون سطحية التبادل على الفيسبوك وإزالة الستار تدريجيا على الحياة الخاصة عبر الشبكات الاجتماعية. ويبدو جيدا من خلال ملاحظة ممارسات مستخدمي الإنترنت ألا يكون التعبير الذي يؤكدون عليه بشكل حصري نرجسيا وفردانيا، وألا يختزل فقط في بحث بسيط وأناني في لحظة شهرة، بل أيضا أن يظهر الرغبة في ربط الصلة على الخصوص.

وهذا ما جاء على لسان أنطونيو أ. كازيلي Antonio A. Casilli[20] الذي يعالج الطريقة التي يستثمر بها جسدنا على الويب، حيث لاحظ في البدء الآثار التي يلحقها فنيو الإنترنت على مستخدمي الشبكة (الصور، والوصف الجسدي، والتجسيد المتحرك) كشاهد على توظيف الجسد في التبادل عن بعد. فوفق الكاتب

فإن عرض الذات لا يختزل في مجرد عملية ذاتية، لكنه يسجل في نشاط المجموعة في حدود كون حضورنا على الشبكة يبرز من خلال نظرة الآخرين، ونتيجة الممارسات الذاتية والجماعية للأفراد. لنأخذ مثلا المجموعات الفاقدة للرغبة (التي ترغب في البحث عن مساعدة من الآخرين على الشبكة)، فأشكال تماثلات الذات عن بعد عند المعوقين (الذين يكونون في حاجة إلى البحث عن معلومات لكسب عطف الناس) والمرضى في بحثهم عن المعلومات الصحية (طب 2.0)، تظهر أن البحث عن الذات والبحث عن الجسد يتماشيان ويمران بالمشاركة والمحادثات مع الآخرين. فالإنترنت لا تشكل إذن تهديدا للرابط الاجتماعي، ومنهجيا لا تتأرجح بين الوحدة القاسية l'isolement angoissant وتجميع بياناتها الشخصيةcollectivisation de ses données personnelles لأن «الروابط الرقمية» تأخذ دائما دعامتها من العالم الواقعي. فالعالم عن بعد والعالم خارجه يتشابكان بشكل متواصل، حيث لا تلغي الإنترنت الأشكال الاجتماعية السابقة، لكنها تعيد تشكيلها.

وهكذا يظهر منطق العلائقية أكثر حسما من منطق الهوية في استعمال الشبكات الاجتماعية، لأن همّ التمييز بشأن الآخرين يستند أيضا ودائما إلى هم أصالة صورته وأذواقه من طرف أمثاله. وهناك دليل آخر، يتعلق ببحث كل من فابيان غرانجون Fabien Granjon وجيلي دونويل Julie Denouel[21]، حول المجون الأنثوي كالذي ينعكس في الفيسبوك. وبتحليل طريقة بعض الشابات في الظهور عاريات على الشبكة، يتكلمن عن ذاتهن بالتجميل من أجل شد الجمهور، يتبين أن الظهور الماجن بالنسبة إليهن هو تعبير عن الذات، وجزء لا يتجزأ من شرط التبادلات والحوارات مع الآخرين. فالهوية الرقمية تكون إذن في ذلك المنظور نتيجة لمشروع حقيقي عاكس لبناء الذات والذي يحتاج إلى الاعتراف والتأييد من الطرف الآخر للإنجاز التام. وبمعنى آخر، الاستخدام المكثف للشبكات الاجتماعية يتم بشكل عام وفق ثلاثة أشكال أساسية: التعبيرية، والمنطق العلائقي، والبحث عن الاعتراف[22].

ويؤكد المحللون الأكثر تفاؤلا أن المنابر العلائقية تُسَهِّل في آخر المطاف غربلة الاتصالات بتقريب الأذواق والاهتمامات المشتركة للمتصفحين، ومن ثم المساهمة في إنشاء مشروع حقيقي مدبر لمجالات الحوار والتعاون غير المسبوق لمناطق انتماء

المعلومات الراهنة، التي نلخصها عموما وفق مقال قديم لمارك غرانوفيتر Mark Granovetter[23] كـ «قوة الروابط الضعيفة» أو حتى شكل من التعاون الضعيف. في حين يكون معظم التعاون في أغلبية الأوقات مرتكزا إلى القيم، والأفكار أو التطلعات المتبادلة مسبقا، ويتكرس التعاون الضعيف عكس ذلك بطرق انتهازية، من دون تطلع مسبق ومن دون انتماء جماعي محدد. إن الحدود بين الحياة الخاصة والمحادثات العامة هي بالتأكيد أقل شفافية من السابق؛ ويبدو الحاجز بين المؤانسة في الواقع والمؤانسة عبر الشبكة أكثر نفاذا مما نعتقد، لكن يتم تحليل تلك التغيرات كمنجز، وتوضح بشكل ما دمقرطة كلمة الحاسوب. يبرهن المتصفحون على براعتهم على الشبكات الاجتماعية، وينشَطون لكي يكونوا ظاهرين من دون أن يكون ذلك دائما علنيا[24]. ويؤكد المتخصصون في الشبكات الاجتماعية على الويب في معظم الأحيان على الروابط الطبيعة غير المفروضة le caractère non prescriptif[25] والمنظمة ذاتيا auto-organisé والتي تنسج بين المتصفحين على الشبكة، ويسلطون الضوء على ظهور منطق أصيل للتعاون الذي يربط بشكل متناقض بنفس الحركة الفردانية والتضامن. وبهذا المنظور، فإن الويب يعمل بقوة تحررية بحيث إنه، من جهة، يُكرّس رغبة الأشخاص الاستقلالية والانفرادية، ومن جهة أخرى يعمل على تجديد أشكال المؤانسة العادية.

النرجسية وطغيان المرئي

من الواضح أن كل المتصفحين لا يتمتعون بانعكاسية réflexivité قوية وبراعة استراتيجية maitrise stratégique من أجل التعبير عن الذات عبر الويب. ونعرف جيدا أن كثيرا من التبادلات والتعليقات تتعلق بطرائف ومستملحات ونكت وفكاهة أو سخرية. ونعرف أيضا أن ممارسات عرض الذات يمكن أن تكون دائما متشابهة لأحد أشكال العلاقة المرتبطة بالذات وتؤدي إلى حالات الإدمان المقلقة. تبين الأبحاث الأكثر حداثة في فرنسا أن المتصفحين يظهرون بشكل متزايد على الشبكة من دون أن يكونوا دائما على وعي بالأخطار والمراقبة التي يتعرضون لها.

يميل تواصل «الأصدقاء» نحو توسع دمج مختلف الطبقات والمعارف (أصدقاء الطفولة، والمدرسة، والعمل، لكن أيضا اللقاءات عبر الوسائل الرقمية). لقد لاحظنا

في هذا الخصوص أن عدد الأصدقاء على الشبكات الاجتماعية يكون مرتبطا بقوة بعدد المعلومات المقدمة، وأن الاستعمال المكثف على الفيسبوك مثلا يمكن بشكل طبيعي توسيع دائرة العلاقات، ويزيد من عدد الاتصالات (معارف بسيطة، وأصدقاء الأصدقاء، وأشخاص تم التعرف عليهم خلال الأمسيات).

ومن هذه الزاوية النقدية يمكن التساؤل عن وضع واتجاه تلك الروابط المتعلقة بالمؤانسة التي يتم نسجها اليوم بشكل متزايد عن طريق الشاشات وليس فقط من خلال التبادلات وجها لوجه. في الواقع، وخلافا للمقاربات السوسيولوجية التي ذُكرت سابقا حول الإمكانات التحررية للويب، فقد بُلورت مجموعة من التأويلات الأكثر حذرا واتهاما والتي تؤكد الآثار السلبية لانبثاق أكثر اتساعا من حيث مجال الشبكات الاجتماعية.

ولما كان الأشخاص في مجتمعاتنا أصبحوا أكثر تحديدا وفق قدراتهم على التواصل عبر الشبكة، بحيث تُقيّم وظيفة خطاب التواصلla fonction phatique (تلك التي تهدف إلى إقامة اتصال أكثر من تقييم محتوى الرسالة وتركيب الصور باستمرار لتقييم الذات عبر الشبكات)، فإن بعض النقاد يؤكدون بخصوص «التأثير الرقمي»[26] أننا بدأنا ندخل شيئا فشيئا في عالم خطير؛ عالم الشفافية والاستعراض وكشف المستور أو الاستغلال المكثف لخصوصيتنا. ومن ثم بدأت الشبكات تظهر مثل واجهات لنرجسيتنا ومرايا تعكس استراتيجياتنا بخصوص الرؤية والسمعة في مجتمعاتنا، وفق كريستوفر لاش Christopher Lasch[27]، فالإنسان المعاصر يسعى إلى التمتع باللحظة، ويبحث عن الرفاهية بشكل فوري وعن تحقيق الذات، ويعطي الأولوية لذاته مع البحث في الوقت نفسه عن اعتراف الآخر عن طريق الصورة الجميلة التي يبثها بنفسه. فمسرحة الحياة اليومية من خلال الأنا - الفاعلة توجد في الواقع وفق درجات متفاوتة من خلال تصرف بعض المتصفحين الظاهرين على الشبكات الاجتماعية.

وفي الوقت ذاته سنؤكد أن تلك المؤانسة عبر الإنترنت تعني، إلى حد ما، شكلا من الفقدان la déperdition بمفهوم الصداقة، التي كثيرا ما تكون عبر الشبكات الاجتماعية مفرغة من محتواها الاعتيادي، لأنها ترجع في الواقع إلى مزج الروابط المتينة في سياقات متباينة من الناحية الاجتماعية. فماذا يعني في الواقع أن يكون لك الكثير من «الأصدقاء» على الفيسبوك؟

ويؤكد الأكثر تفاؤلا[28] أن الصداقة Friending (أن يصبح المرء صديقا لأحد على الويب) لا تعكس الصداقة الحقة، بل مجرد وجود صلة - أحادية الاتجاه أو باتجاهين- بين صفحتي شخصيتين، وأن تلك الصداقة ليست وليدة عادة حضور في الحياة الحقيقية، ولقاء في زمان ومكان، لكنها تقوم بالتعبير (أوافق أو أرفض أن أكون «صديقا») حيث تتعدد الأسباب (الرغبة في المشاركة، وتقارب الأذواق، واستراتيجية تعظيم الروابط، ومراقبة الغير، واللامبالاة النسبية). وبما أن التوظيف الشخصي يكون فيها أكثر تجانسا وأن إجراءات التواصل المتزايد تكون جد مختلفة، فلا يستطيع المرء أن يساوي بين friending والصداقة.

أما أكثر الناس تشكيكا فيذكرون أن بمقدور الشبكات الاجتماعية حقا مضاعفة الاتصالات والمشاركات، لكن التجربة الجسدية في اللقاء تصبح تجربة تكنولوجية: أنا موجود لأنني أتفاعل مع آلة وشبكة تقنية - اجتماعية. «نحن نلتقي إذن على الشبكات الاجتماعية تحت نظام مزدوج للظهور المقنع وحضور لا ينضب»، هذا ما قالته آن دالسيات Anne Dalsuet[29]. هذه الأخيرة فسرت أن جسدنا غير مستبعد، لكنه انتقل ليصبح هجينا، وماديا وافتراضيا في الوقت نفسه، كما أن تصوراتنا الحسية الرقمية تهمُّ الآن على سبيل الأولوية اللمس le toucher وحاسة اللمس la tactilité. فالصداقة عبر الويب ليست حقا علاقة نوعية، بل كمية، بما أن منطق الشبكة يرتكز إلى تزايد مطرد لدائرة المعارف، وعلى أساس هذا المقياس الرقمي الذي سبق أن تكلمنا عنه، والذي يفرض علينا إنشاء مجالات المؤانسة بشكل أكثر توسعا وعددا. لقد كانت الصداقة لدى الإغريق تتطلب القرب الجسدي ووقتا لتصبح صداقة فعلية. أما على الويب فإن الصداقة تقوم على أساس الوجود المتواصل la disponibilité permanente، والانتشار الرقمي الدائم في كل مكان l'omniprésence numérique، ومضاعفة الإمكانات la démultiplication des possibles. إنها تتواصل بالإصرار وتدفع الوحدة التي أصبح من الصعب تصورها.

ويضاف إلى مفهوم الصداقة من الناحية الفلسفية على الشبكات، قضية جوهرية أخرى: الشفافية. فالشبكات الاجتماعية تمرر في الأغلب أسطورة شفافية العلاقات الإنسانية من خلال استعمال شاشاتنا الثابتة أو المتنقلة. فالنجاح الذي شهده الفيسبوك يدعم ما جاء به مغالي بوسون Magali Bessone[30]، حيث يُفسر

ذلك بتأصيله في فكرة ديموقراطية أمريكية تجعل من الشفافية فئة وجود une catégorie d'être. فنحن لا نتحلى بكامل الشفافية مع أنفسنا. إن العلاقة الحقيقية تقوم بالإحساس، والإدراك الحدسي حيث تُقحم النفس والجسد أيضا. فالويب هي في الواقع عالم التخفي un monde de la dissimulation، والاستعارة، والصور الرمزية l'avatar، حيث لا نعرف دائما معرفة اليقين هوية المرسل أو أصالة المحتوى وذلك وفق قول مغالي بوسون، «ما أُسمعه ليس صوتي، لكنه صوت بمقتضى المسافة بيني وبينك»[31]. وهذا دليل على أن التبادلات فيها غالبا ما تكون زائفة.

إن المؤانسة على الويب لا تعزز بشدة فقط قيم تظاهر الذات، ولا الحسابات الاستراتيجية للمردود الاجتماعي (بتعداد الأصدقاء أو ترتيب الشعبية)، بل تبين أيضا أن الشبكة العلائقية المتشكلة تكون مرتبطة جدا بشكل ما بـ «طغيان الرؤية» الذي يمتد تدريجيا على كل أشكال الحياة الاجتماعية. لقد أصبحنا نخضع بشكل متزايد لتحذير دائم، من الظهور في وسائل الإعلام، والمدونات أو الشبكات الاجتماعية[32]. وتلك الرؤية التي أثيرت سابقا، والتي تتعلق بالسوق الثقافية الرقمية، لها كذلك تأثيرات قوية في حياتنا الشخصية: فعلينا الظهور كما نحن، ونظهر ما نقوم به، ونقبل - بدرجات متفاوتة عن طيب خاطر - بأن نكون بمظهرنا الخاص أو بمظاهرنا الخاصة.

وماذا عما يروج بدواخلنا وعن خصوصياتنا؟ ألا يحق رفض الخضوع لهذا الأمر المتعلق بالشفافية أو على الأقل بهذه الرؤية النسبية للحياة الخاصة؟ يذكر العالم النفساني سيرج تسورون Serge Tisseron[33] بهذا الخصوص أنه إذا كانت الرغبة في الظهور متأصلة لدى الإنسان وأنه إذا كان هناك طغيان آخر متعلق بالخصوصية لا يتزامن مع انتشار الإنترنت، فإن الويب تعزز ما يسمى بالرغبة في عرض الذات l'extimité، التي تعني العملية التي بمقتضاها تخضع أجزاء من ذات الفرد لنظرة الآخرين من أجل المصادقة عليها. ويؤكد أنه بجانب المظاهر الإيجابية لتلك الرغبة في اللقاء مع الآخر (تسمح الويب باستخدام طرق جديدة للتواصل، والإعجاب، وربط العلاقات)، وقد تظهر العديد من الأخطار: «إذا اقتضى الأمر، فإن الأهمية المولاة للظهور قد تتجاهل ما بالداخل، بمعنى آخر، الأبعاد غير المرئية للشخص، مع احتمال إحداث تضييق للمجال الداخلي، وحتى

إلغائه كليا بكل بساطة»[34]. فالرهان إذن، ليس بالضرورة الشك في كل أشكال الرؤية، بل اختيار مختلف الرؤى.

وهناك تساؤل آخر له أهميته الكبيرة بخصوص الانعكاسية المفترضة للمتصفحين على الشبكات الاجتماعية. وهذه الأخيرة تشبه في بادئ الأمر «تقنيات الذات» كما حللها ميشيل فوكو، وتمكّن الأفراد من القيام بعمليات مختلفة على أجسادهم، وأفكارهم وتصرفاتهم[35]. ومن ثم نجد، كما يقول ألكسندر كوتان Alexandre Coutant[36]، أنه في استعمال الشبكات الاجتماعية نجد الحديث نفسه عن الذات، والطريقة نفسها في جمع المضامين المتفاوتة (هنا يتعلق الأمر بالفيديوهات، والصور، والروابط، والملفات الشخصية... إلخ)، والإصرار نفسه حول الجسد والعمل اليومي، وحتى البعد التفاعلي. لكن عكس تقنيات الذات التي تهدف إلى تحقيق حالة من السعادة والتعقل، فالشبكات الاجتماعية تشجع انعكاسية بسيطة ومتقطعة، تقود المتصفحين إلى الاستغراق في التدفق المستمر لآثارهم وآثار الآخرين، مما يسبب الاندفاع المتهور في بناء الهوية. ومن ثم يكون تدبير الذات محدودا، والتبادلات ذات الصلة عائمة وغير مستقرة بما أنها تشجع باستمرار على تغيير الملف الشخصي عبر الرسائل القصيرة، والبطاقات، والتعليقات، والدعوات بكل أنواعها. إن الفورية وسرعة الزوال تتفوقان على الابتعاد والاستقرار؛ ويشكل التفوق التافه وإثارة النفس وتشتت الذات، في كثير من الأحيان، القاعدة. وتشكل المنابر العلائقية بشكل متزايد، وسائل حقيقية للتعبير عن الذات ولا تعزز بتاتا أي تراجع عن ذلك.

من بين الانتقادات التي وجهت إلى الشبكات الاجتماعية التي جاءت مثل كاتمة الضجيج، ما يتعلق بالمراقبة الشاملة للأفراد الذين يقومون بتشجيعها. ونعرف أن المقاولين في ميدان الإنترنت ليسوا أسخياء ويبحثون بكل الوسائل لكسب أرباح كثيرة من نشاطاتهم. وبعض الشبكات مثل الفيسبوك، بفضل تجميع المعطيات الشخصية المتعددة، ليست بالنسبة إليهم فقط مصادر إعلانية مربحة، بل أيضا أوعية إخبارية ومعلومات مباشرة على الصفحات الشخصية وتصرفات المتصفحين عن بعد. كما أن بإمكان التكنولوجيات الرقمية أن تشكل آليات تسهل الكشف من دون ضوابط للعديد من المعلومات أو المعطيات الشخصية. فإخفاء الاسم خدعة، وحماية الحياة الخاصة وهم إلى حدٍّ ما. ولا يمكن نسيان أن مساراتنا فيما يتعلق بالإبحار تُحلل،

وأن اتصالاتنا مع الآخرين يمكن أن توضع تحت العدسة المكبرة لأغراض تجارية وغيرها. ومع كل مرور نترك وراءنا شكلا من الأثر الافتراضي (نصوص، وفيديوهات، وصور) ويمكن أن نكون متابعين من جراء تلك الآثار، فنحن تحت رحمة استغلال لتلك «المعطيات الكبيرة» big data من طرف شركات خاصة، ومشغلين، وموظفين أو من طرف الدول. ومن ناحية أخرى يبدو أن الملاحظة الدقيقة لتصرفاتنا عن بعد أيضا تعطي في معظم الأحيان شكلا من المراقبة للعلاقة الشخصية، ولمراقبة الكل بالكل: إنهم دائما المقربون، والزملاء في العمل هم من يحاولون معرفة كل شيء عنا، قد تفيد في الواقع الذين يعتبرون أيضا أن الإنترنت وسيلة لاستراق النظر.

وهذا الاستغلال لآثارنا الرقمية يطرح كثيرا من المشكلات الأخلاقية والقانونية والتي لن نتطرق إليها هنا. إنها تمس الفرق بين الحياة الخاصة والحياة العامة، ويتطلب الأمر الدفاع ضد تلك الأخطار الخاصة بالتلاعب. فيتعين إذن أن نتفادى قدر الإمكان الخضوع للإملاءات الخاصة بالرؤية، ونَدافع عن حق احترام الحياة الخاصة، أو بالأحرى من أجل استعادة المصطلح الإنجليزي de la privacy الذي يعبر في الوقت نفسه عن الحياة الخاصة وحماية المجال الذي يعتبر مجالنا. وهذا الشكل من الانعكاس يقود أيضا مسألة الحق في النسيان ومحو الآثار المتروكة على الويب بواسطة إبحارنا الرقمي. وهنا، ألا ينبغي تصور إجراء تقني[37] من شأنه أن يخفي جزءا من خربشاتنا أو صورنا، لكن أيضا مشترياتنا وتحركاتنا، وإلا سنكون مسكونين طوال الوقت بحياتنا الرقمية في المستقبل؟

إن قضية البرنامج الأمريكي للمراقبة الإلكترونية PRISM التي انفجرت في أكتوبر 2013 أثارت الوعي، بالخصوص لدى الجمهور الفرنسي، بالأخطار المحتملة للتكنولوجيات الرقمية. لقد عرفنا أن NSA (وكالة الأمن القومي الأمريكية) وضعت برنامجا موسعا للتنصت والتجسس الإلكتروني عالميا. وسُجل 70.3 مليون مكالمة هاتفية في فرنسا وذلك في الفترة ما بين ديسمبر 2012 ويناير 2013، وأيضا التجسس على عدد كبير من الرسائل القصيرة من خلال الكلمات المفتاحية. وفي فرنسا رُصدت الملايين من المعطيات. وهذا الفعل الذي قامت به أكبر وأقوى دولة ديموقراطية في العالم لا يؤكد فقط أن الولايات المتحدة «الوحش البارد» مثل الآخرين، لكن أيضا أن سيناريو الأخ الأكبر BigBrother ليس وهما. فهذه المراقبة الشاملة تشكك بطريقة صارخة في احترام الحريات العامة والشخصية[38].

ولهذا فغالبا ما يُرجع إلى رأي جيل دولوز Gilles Deleuze[39]، وذلك لتناول هذه الظاهرة لتأكيد قيام «مجتمع المراقبة» حيث استبدلت المؤسسات التأديبية والسجينة شيئا فشيئا بالانغمار في إجراءات الوصول أولا التي أصبحت أكثر جاذبية ولكن ضارة كذلك، وذلك في حدود عدم الابتعاد بتاتا في آخر المطاف عن ممارسة مراقبة شاملة. فشركة المراقبة هي مؤسسة للتواصل والاستهلاك حيث تُستقبل المعلومات (وغالبا من أجل الثروة) حيث نضعها دونما وعي على المواقع والشبكات الاجتماعية التي نتردد عليها. وهي أيضا، وبشكل مدهش[40]، نتيجة «انخراط ناعم» في المواقع وبرضاء تام، وشكلا من العبودية الطوعية، بما أننا نكون مستعدين لإعطاء عدد من المعلومات الشخصية على مختلف منابر الويب.

المؤانسة الرقمية لدى الأحداث

يتعين علينا التوقف هنا لحظة من أجل توضيح حجم ونطاق الثقافة التعبيرية والعلائقية التي تمرر عبر الإنترنت بإمكاناتها الهائلة، لكن أيضا بأخطارها الحقيقية على المؤانسة الرقمية للأحداث. والتي تشكل في الواقع توضيحا بليغا لنشر ثقافة جديدة للولوج والمجانية داخل مجتمعاتنا فضلا عن تأثير الرقمي في حياتنا.

لم نعد في حاجة إلى توضيح مدى كفاءة الشبان في التعامل مع التكنولوجيات[41]. فكل الأبحاث التي أُجريت بخصوص الممارسات والاستعمالات لوسائل الإعلام تميل في الاتجاه نفسه: من يستخدمون أكثر تلك التقنيات في المجال الإعلامي، هم الذين يقضون أكثر الأوقات أمام الشاشات بكل أنواعها[42]، والمعجبون الذين يبحرون في أغلب الأحيان على الشبكة العنكبوتية مستخدمين المدونات والشبكات الاجتماعية. فهم يبدون أسيادا في الميدان بالطريقة التي يمارسون بها المهمات المتعددة، وبكيفية التدبير بسلاسة للأجهزة والتطبيقات التكنولوجية المتاحة. فمؤانستهم تمر على نحو متزايد بالانغماس المطرد في استخدام وسائل الاتصال الرقمية[43]. حيث يجتمعون تحت لافتة المحادثة والمشاركة من بعد، فهم واعون بشكل كامل بموقعهم بجانب عالم الكبار، الذي يعمل وفق القوانين والاستعمالات الخاصة جدا. وهو يتطور في دائرة حيث الاستقلالية العلائقية - بواسطة الحواسيب، والهواتف النقالة، وآلات السمارتفون - التي تُقيّم شيئا فشيئا،

ويظهرون هويتهم الرقمية بمحض إرادتهم عبر الصور والفيديوهات عن بعد، وعلى حائط «الأصدقاء» بالفيسبوك، وبتبادل المضامين عبر المنابر الإلكترونية، حيث تكون الشعبية وفق توسع اتصالاتهم وتواتر استعمالاتهم.

فالشباب في تلك الفترة العمرية يكون همهم البحث عن التواصل مع الآخرين نتيجة الإحساس بالحاجة إلى معرفة أصدقاء وزملاء جدد. تظهر الصداقة والعلاقات مع الأقران كقيم جوهرية بعيدة كل البعد عن أشكال المؤانسة الأخرى، والتي نجد من بينها المؤانسة العائلية. والذين نسميهم بـ«مواليد الرقمي» Les natifs du numérique، أو حتى «الجيل الرقمي» génération digitale، يسبحون في ثقافة رقمية تمنحهم إحساسا قويا بالانتماء لمجموعة متقاربة الأذواق ومراكز اهتمام مشتركة. فاستعمال التكنولوجيات الحديثة يتجاوز إذن إطار إعجاب بسيط بوسائل التواصل: وتعتبر هذه الأخيرة قوة موجهة إلى مؤانسة حقيقية للأحداث[44].

فهذا الاهتمام الكبير بالتكنولوجيات الرقمية، يقوي في الواقع الانخراط بين الشباب في العمر نفسه والذين لهم الرغبة في اللقاء فيما بينهم، من أجل الحديث عن اهتماماتهم المشتركة. فالمحادثات وتقاسم الملفات الموسيقية، والصور والفيديوهات والإنتاجات الشخصية والألعاب، كلها أمور تحفزهم على التبادل بشغف عن بعد. ونحن نعرف ذلك، لم تعد مجموعة كبار السن فقط، هي التي تعبر عبر وسائل الإعلام، بل إن مجموعة الأقران والتمثلات الاجتماعية التي تبثها وسائل الإعلام هي التي تؤدي اليوم الدور المرجعي بالنسبة إلى جزء كبير من الشبان. والحديث عن الذات والتفضيلات الثقافية أمام الآخرين عبر شاشة الحاسوب يعادل بشكل عام تعريف الممارسات المقيّمة valorisées، حتى لو كان ذلك من أجل تشجيع شكل من انسياق الأذواق والسلوكيات[45].

وتعيد الممارسات الرقمية تشكيل الطرق العلائقية بين الشباب، كما يقول مونيك دانيو Monique Dagnaud «في مجموعة هذه الروابط المتدرجة الكثافة حيث تُعتبر أهميتها، أكثر من أي شيء آخر، لكي تعمل وتمضي قدما في الحياة، أكثر بكثير من مختلف أشكال المؤسسات الجماعية أو حتى بالنسبة إلى الأسرة»[46]. في هذا الصدد، تشكل الإنترنت من دون منازع علامة فارقة بالنسبة إلى الأجيال القادمة.

وكذلك فإن الويب تمنح لذاتية المراهقين المضطربة فرصة التصرف بعبارات أرغب أو لا أرغب j'aime أو j'aime pas، يتبادلون كل شيء وفق المزاج والحالة النفسية والأهواء الشخصية والعفوية. لذلك فالأمر الأكثر حسما أكثر مما نعتقد لأول وهلة؛ لأنه يعزز، في هذا الصدد، بناء الذات. ينشأ الأطفال والمراهقون اليوم على أساس مبدأ «ابتكار الذات»[47]، يبحثون عن الاعتراف من قبل أقرانهم، ويفضلون التجربة على حساب نماذج الوالدين: يمنح لهم الويب الفرصة لتوسيع نطاق تلك الاتجاهات بالتظاهر تحت غطاء هويات مختلفة، وذلك بالاعتماد على المظاهر وإظهار الذات، وذلك بالإبحار بين النرجسية والتفاخر.

فأساسات تقدير الذات تحتاج من أجل تكوينها إلى شيء من الخصوصية، لكن التكنولوجيات الرقمية الحديثة تشجع على كشف الذات. والأسباب معروفة: رغبة في الخروج من العزلة الاجتماعية، والقدرة على الحديث باستمرار مع الآخرين والاندماج في مجموعة ما. والأخطار معروفة: زيف وسطحية بعض العلاقات الافتراضية (الانعزال التفاعلي)؛ واحتمال تدمير السمعة (بالتحرش، والشتم، والشجب)؛ والهروب إلى الخيال والإدمان على الإنترنت (المخدرون بالنت والألعاب الافتراضية).

لقد بدأت التكنولوجيات الرقمية الجديدة تظهر أخيرا باعتبارها وعاء لثقافة الأحداث، ترتكز إلى نظام القيم المرتبطة بطرق تعبيرية جد ملحوظة: نحكي، ونلعب، ونتجول، فالمرء ينظر أكثر مما يقول حقا حول الشبكات الاجتماعية. فالشباب المتصفحون يخترعون لغة رقمية خاصة بهم، ويتبنون اتفاقات لغوية خاصة في الرسائل المتبادلة عبر الرسائل الإلكترونية SMS، والشبكات الاجتماعية، التي تغمرها الرموز، والمختصرات المعجمية، والأيقونات smileys... إلخ. فهم يحبون كثيرا اللف والدوران، والغمز؛ وأيضا الفكاهة والنكت وحتى الهراء. ونجد في الويب الكثير من المزاح les gags ونكات الأحداث plaisanteries potaches والتي يكون مصدرها وسائل الإعلام السمعية البصرية وبالخصوص التلفاز الذي يبث بفضل بعض برامج الموضة والضحك والسخرية. فثقافة الضحك بصوت مرتفع أو من القلب (lol laughing out loud)، تغذي بقوة الويب وتغرس الفكرة التي بموجبها تكون الويب قبل كل شيء وسيلة للتسلية والوقاحة.

يكشف بعض المختصين أن ذلك التصرف حيث يُتهكم على كل شيء حتى على الذات، يعتبر علاجا جماعيا للكآبة، وشكلا من التنفيس عن الذات يثير تحريرا

عاطفيا أصبح ضروريا حاليا. وآخرون يرون في ذلك نظرة ساخرة وهزلية إلى العالم، من شأنها أن تحول ذلك في بعض الأحوال إلى احتجاج بالمزاح[48]. ومن دون شك فإن كل واحد من التأويلين يعكس جزءا من الحقيقة: المظهر الأكثر لعوباle plus ludique في الويب يحيل إلى شكل من التهور الصبياني، لكن تلك النزعة المتعية كظاهرة يمكن في بعض الأحيان أن تتحول إلى نقد لاذع للسلطات القائمة (عقلية الهاكر) وكما سنرى تقوم بحركات احتجاج سياسية. وهذه الثقافة التعبيرية الفردانية التي تمزج بين الهزل والاحتجاج، والتي تعزز التبادلات الودية وتحويل الصور، تؤثر اليوم في كل الأحوال في تصرفات عديد من الشبان، ومن شأنها أن تتوسع شيئا فشيئا إلى مجموعات سكانية أخرى.

وفي بحث في أوروبا أُجري في العام 2010 تحت إشراف سونيا ليفنستون SoniaLivingstone[49]، في 25 بلدا أوروبيا، مع 25000 شاب تراوح أعمارهم بين 9 و16 عاما، وذلك للتعرف جيدا على استعمالات الإنترنت الحقيقية، أظهر البحث أن 59 في المائة منهم يتوفرون على صفحة شخصية (بروفيل) على شبكة اجتماعية، وأن استعمال تلك الشبكات يختلف وفق الجنس وحالة المتصفحين السوسيو - اقتصادية. ومن بين تلك النتائج المتعددة لهذا البحث النوعي عن طريق الحوارات، نذكر أنه عكس الأفكار السائدة، فعدد «الأصدقاء» عن بعد ليس دائما مرتفعا كما يعتقد: نصف أولئك الشبان لديهم أقل من 50 صديقا على صفحتهم الشخصية في الشبكة الاجتماعية، في حين أن الثلث لديهم أكثر من مائة صديق. إضافة إلى ذلك، فمعظم الاتصالات عن بعد تمر عبر الرسائل الإلكترونية، والرسائل الفورية والشبكات الاجتماعية تكون أيضا حاضرة في دائرة المؤانسة خارج الشبكة، مما يُظهِر أن الشباب بصورة خاصة يكونون على علاقة مع أشخاص سبق أن التقوا بهم. ووفقا لذلك، فإن الإنترنت تسمح لهم بتحقيق الذات بسهولة وعكس ذلك حين يكونون أمام أشخاص آخرين: ومن ثم تعزز تواصلا أكثر تنوعا وحميمية أو أكثر أصالة. إنهم يهتمون من ناحية أخرى بخصوصية بعض المعلومات التي تتعلق بهم ويميزون بوضوح مضامين أقرب الأصدقاء ومن يمكن الاتصال بهم. فحياتهم الخاصة هنا كذلك على نقيض بعض الخطابات المتشائمة، مكيفة بشكل جد متغير وفق جنس الثقافة الرقمية

الموجودة في كل بلد (اختلاف التصرفات وفق البلدان مسألة جديرة بالاهتمام في الواقع). ومهما يكن من أمر، مقارنة برسائل البريد الإلكترونية e-mail والرسائل الفورية sms، فإن الشبكات الاجتماعية تبقى وسيلة لإنشاء علاقات اجتماعية جديدة. فهذا البحث الموسع يقترح تجاهل الأخطار المحتملة من حيث الاستعمال المكثف للتكنولوجيات الرقمية من طرف الشبان. ويطلب صراحة أن يتأكد ذلك بدراسات تكميلية كما يعترف معدو هذا البحث.

4

ثقافة تعاونية وتطورية:
الوفرة الإبداعية

بعد أن تطرقنا إلى الشبكات الاجتماعية التي تثير أسبقية التواصل وتوسيع دائرة معارفنا، سنتوجه الآن إلى تلك الشبكات الأكثر تنظيما حول الممارسات المنقادة باهتمامات مشتركة أو بهوايات مشتركة (إنشاء محتويات موسيقية، أو صور أو فيديوهات، أو ألعاب أو غيرها). فتلك المواقع المتعلقة بتقاسم المضامين، مثل يوتيوب Youtube أو ديلي موشن Dailymotion، أو في ما يتعلق بالفيديوهات، مثل فليكر Flikr الخاص بالتصوير أو مايسبايس Myspace الخاص بالموسيقى، والتي شهدت نجاحا باهرا، تتميز في كونها تتشكل من محتويات مصدرها المتصفحون أنفسهم (محتويات عامة من طرف

«إن النظام التعاوني والمتداول المعتمد من طرف «ويكيبيديا» يُظهر - من دون التباس - أننا نبتعد عن شكل الثقافة المطبوعة، ونعتمد «حكمة الجمهور»، ونحاول ابتكار كتابة رقمية مرنة، في ضوء المساهمات المتعددة»

المستخدمين (User Generated Content - UGC)، حيث أصبح في متناول أي متصفح - حتى لو كان قليل الخبرة - أن يتوسع لو أراد سرد قصة صدرت في كتاب وذلك بأن يضيف فصله الخاص، وأن ينتج موسيقى بفضل تقنيات الريميكس remix (المزج السمعي)، وتحويل فيديو أو فيلم وعرضه. ومع انخفاض كلفة الولوج (وسائل التوضيب والفيديوهات الرخيصة، ومجانية الولوج إلى الشبكات) فقد أصبح كل متصفح بدوره مساهما محتملا، وحتى المرور كوسطاء تقليديين وبث الإنتاجات الخاصة. إضافة إلى ذلك أصبح بإمكان الفنانين والمنتجين المهنيين (لاسيما في مجال الموسيقى، والتصوير والفيديوهات) ربط الوسطاء التقليديين بالاهتمام مباشرة بالجمهور عن طريق الويب ولاسيما الشبكات الاجتماعية. لذلك نلاحظ أن الكثير من الهواة أو المحترفين يحاولون أن يعرفوا بأنفسهم، وبالآخرين أيضا، وذلك ببث المنتوج مباشرة مع إضافة التعليقات. نلاحظ إذن على الويب شكلا من التجاور عن بعد للمحتويات بطبيعتها المختلفة، وذلك انطلاقا من الإنشاءات الأكثر مهنية والأكثر طلبا لأعمال ذاتية في ظروف أكثر أو أقل إتقانا.

وهنا يتعين التذكير نظريا بأن مجالات الحرية والإبداع تكون مفتوحة أمام الجميع، في الواقع فإن الكثير من المتصفحين هم مجرد مساعدين، وهناك فقط طبقة قليلة هي التي تتشكل من منتجين حقيقيين: يظهر أن المبدعين والمتصفحين النشيطين يشكلون أقلية[1]. تظهر الدراسات حول المجال الموسيقي مثلا أن النسخة الرقمية يكون من ورائها هدف حين تحميلها، ليس من أجل التجديد أو الإنتاج، بل لاكتشاف الفنان، فسماع أغنية أو مشاهدة مقطع من فيلم يكون من أجل صقل رأي شخصي بخصوص التقييم والأهمية. فالأنشطة التعاونية عبر الإنترنت مختلفة كثيرا وتتوزع وفق طرق مختلفة. يلاحظ أن «عددا قليلا جدا من المشاركين هم الأكثر نشاطا، وفئة قليلة جدا تشارك بشكل مطرد، والأغلبية تستفيد من موارد المجموعة من دون أن تأتي بإسهام فعال»[2]. وكيفما كان الحال يمكن ملاحظة تضخم أجهزة مشاركة الجمهور التي تعزز الممارسات التعبيرية على مختلف الشاشات، وتدعو للتقاسم والمشاركة في الإبداع، وتقويض الفصل الاعتيادي بين المنتجين، والموزعين والمستقبلين.

ثقافة التقاسم

لقد تزامن ميلاد الإنترنت مع المطالبة بالولوج الحر بالنسبة إلى الجميع من أجل الحصول على المعلومات، والمعارف والمعطيات. بين العامين 1980 و1990 أُطلِق العديد من المبادرات التي تهدف إلى تشجيع حرية التبادل وبالخصوص التبادل عبر الإنترنت. لقد اعتبر الفاعلون بالتحديد أن العالم الرقمي يجب أن يضع رهن إشارة الجمهور كل المنتجات من دون انتظار المقابل، بحيث تكون تلك المنتجات عامة، وتصبح «منتجات جماعية» بالإمكان استغلالها من طرف الجميع[3]. ويتعلق الأمر وفق هذا الرأي بمواجهة مفهوم ملكية الموارد ومنح كل المنتجات المعلوماتية لأكبر عدد من الأفراد. لقد لاحظنا إذن ظهور مجموعات لها همٌّ تكريس قواعد جديدة وفق ثلاثة أشكال من الموضوعات الرقمية، والبرمجيات، والمضامين والمعطيات إضافة إلى التراخيص التي تحدد المدى الذي ستصبح فيه تلك الموضوعات حرة[4].

والإعلاميون هم أول من سيعبر عن الحاجة لاستعمال التراخيص من أجل حماية برمجياتهم حتى يمكن لهذه الأخيرة أن تنشر بشكل قانوني. وقد ألهموا بالتالي المنتجين، والفنانين والباحثين من أجل حماية أعمالهم. وأخيرا اعتُمدت التراخيص فيما يخص تقاسم المعطيات التي انطلقت مع حركة أوبن داتا «Open Data» التي تسعى إلى وضع المعطيات العامة رهن إشارة المواطنين. ومن أجل فهم نطاق مختلف تلك المبادرات يتعين الدخول مباشرة في تفصيل تعريفاتها ومعناها.

تُخول البرمجيات الحرة المتصفحين الذين يستعملون العديد من الحريات الجوهرية: حرية الاستعمال، وحرية البحث، وحرية إعادة التوزيع، وحرية التغيير، وتمنحهم في الوقت نفسه ضرورة تقديم شفرة البرمجية، بمعنى التعليمات الضرورية المكتوبة من أجل إنشاء برنامج معلوماتي. وتلك الحريات الممنوحة للمستخدمين تكون مؤمنة على أساس الفكرة التي يُفضّل بموجبها نظام إنتاج تشاركي يرتكز على التنظيم الذاتي، ولقد وُصِف هذا النظام من طرف إيريك ستيفن رايمون Éric Steven Raymond في مؤلف مشهور تحت عنوان الكاتدرائية والبازار La Cathédrale et le Bazar (1999). فصورة الكاتدرائية توحي بنظام عمودي هرمي مجسم بالشفرة المنغلقة منذ أمد طويل، في حين يبرز البازار، على العكس من ذلك، المرونة العالية فضلا عن مرونة البرمجة الحرة. هكذا تتعارض تراخيص البرمجيات الحرة مع تلك

البرمجيات المسجلة الملكية ومن ثم تدافع عن حق الاستعمال المشروط copyleft[5] على غرار حق التأليف copyright.

حينما نتكلم عن الـ«مضامين المفتوحة» نرجع أساسا إلى حقوق المضامين المعززة من طرف منظمة كرياتيف كومون Créative Commons التي أُسِّست في العام 2001: حيث يُشجِّع على النَّسخ، والتقاسم وتبادل المؤلفات لأن تلك التراخيص تسمح بنسخها ونشرها بالمجان. في حين أن التراخيص الحرة تسمح باستقلالية العمل مقارنة باختيار المؤلِّف، والتراخيص المفتوحة[6] تركز بالخصوص على حرية اختيار المؤلِّف على حساب استقلالية العمل. وسيكون المؤلِّف منذ تلك اللحظة في قلب الجهاز الجديد ويستطيع إقرار الشروط الأولية لاستعمال مؤلفاته. فله أن يحافظ على زمام الأمور من حيث مراقبة مؤلفاته وأن يختار من بين العديد من الإمكانات، بشرط أن يشار إلى ملكية المؤلف. ويمكن أيضا السماح بإنشاء مؤلفات غير تجارية. فالترخيص المفتوح يعزز تداول المؤلفات الرقمية (نصوص، وصور، وأفلام، وموسيقى)، وذلك مع الحفاظ على حقوق المؤلف.

أما بالنسبة إلى المعطيات المفتوحة فإنها تندرج في إطار حركة انفتاح شاملة على بعض المعلومات للجمهور الواسع. وتلك التراخيص هي مثلا كترخيص المعلومة العامة الحرة الاستعمال (Information publique librement réutilisable)(LIP) التي اعتُمدت في فرنسا من أجل تمكين «إعادة الإنتاج الحر، والتوزيع وإعادة استعمال المعطيات، ومن ضمنها تلك المخصصة لأغراض تجارية بشرط الإشارة إلى مصدر المعطيات»[7].

تدافع تلك المبادرات التي جاءت بها المجموعات الرقمية في نهاية المطاف عن مفهوم كوني ومتسامح، مع الولوج إلى المعطيات الإعلامية، وتقبل المفتوح مع المنغلق، والصلب مع المرن، والمتناسق طبيعيا مع البيئة الرقمية الجديدة التي تُعتبر بيئتها. وبالرجوع إلى تعريف ميلاد دويحي Milad Douehi الذي يركز على المقارنة بالعالم الديني[8]، يمكن تلخيص هذا النمط الثقافي بتعارض جوهري يفرض الأرثوذكسية مع الهرطقة قبالة منطق المِلكية والمصدر المغلق. يبرز التضاد بين الثقافة الأحادية والآخر من جهة، وبين منبر متنوع وعالم المطبوعات المتعلقة بالملكية الفكرية وحق المؤلف، والعالم الرقمي المتعلق بالولوج المفتوح وحرية التبادل من جهة أخرى. ويتعلق الأمر بطبيعة الحال برؤيتين مختلفتين حول العالم، الأولى ترتكز على مبادئ

سلطة المراقبة، والأخرى حول التسامح في الحصول على المعلومة. وهذه الحركة الخاصة بالثقافة الرقمية سيكون لها أثر قوي على الإنتاج وتوسعه، والمصادقة عليه بما أنه يدعو أنصاره إلى تطوير نمط تشاركي في الإبداع وممارسة تغيير المضامين وتقاسمها وإزالة الحواجز تدريجيا بين المؤلفين والمستعملين.

المثال الرمزي لـ«ثقافة الويكي»

أحد المستجدات التي ظهرت مع تطور الإنترنت هو من دون شك ابتكار الويكي Wiki، من طرف وارد كونينغهام Ward Cunningham في العام 1995. ويتعلق الأمر بنظام لتدبير مواقع الويب التشاركية، بمعنى آلية للكتابة تتم بشكل تعاوني وتسمح للمستخدمين بالولوج إلى المحتوى وتغييره، وتصحيحه أو تنقيحه بل حتى بتصميمه، فالويكي يزيل - وهذا يعتبر خلخلة كبيرة - الاختلافات بين المنتج والمستخدم، بين المؤلف والقارئ، ويمنح أرشيفا كاملا لكل التغييرات والتصحيحات على النصوص. ويعرف الجمهور الواسع بطبيعة الحال الويكي من خلال النجاح غير المسبوق لويكيبيديا، الموسوعة التشاركية عن بعد التي تأسست في العام 2001، والتي تنبثق أيضا من مضامين أخرى تربوية، وبيداغوجية وثقافية مثل ويكسيوناري Wikitionary، (المعاجم والقواميس)، وويكيبوكس Wikibooks (المؤلفات التي تدخل في الملك العام) أو ويكيكوت Wikiquote (دليل الاقتباسات)، والتي تُنشَر في أشكال مختلفة عبر العالم[9].

تمثل ويكيبيديا بامتياز رمزا لإنتاج تشاركي للمحتويات. إنها تغير بشكل جذري تمثيل وكتابة المعارف والمعلومات الموسوعية كما نُقلت منذ قرون عديدة. من جهة فهي تعتبر حقا وارثة المؤلفات الموسوعية المهمة المنتجة منذ العصر الوسيط وتندرج في تقليد موسوعة ألمبير وديدرو Alambert وDiderot. لكنها من جهة أخرى تختلف جوهريا بحكم طريقة إنتاجها والتي وصفها ميلاد دويحي بالتجميع l'assemblage، وبمعنى آخر مجموعة أو «تجمع محدد في الوقت نفسه باختيار أولي وقابل للتغيير والتوضيب»[10]. أما مبادئ النشر في ويكيبيديا فهي بسيطة: الانفتاح على الجميع، والحياد مع إعطاء وجهات النظر، ووضع كل مضمون خال من الحقوق رهن الإشارة. فأصالة الويكيبيديا تعتمد على خصوصية مزدوجة: تقحم

أولا المستعمل في المشاركة العامة (مختصون وغيرهم) من أجل إشاعة المعرفة وتعزيز الطابع التطوري والديناميكي للعمل الذي يكون دائما غير مكتمل.

والمشاركة التطوعية للمساهمين في عمل جماعي تجعل التسلسل بين المحررين للنصوص لا يقوم على معايير الحالة الاجتماعية أو الشهادة، بل على مركز اهتمامهم وكفاءتهم المفترضة في الميدان كيفما كان أصلها ومسارها. فالموسوعة لا تدعو عبر الإنترنت إلى إعطاء الأسبقية للمختصين العارفين بهذا الموضوع أو ذاك مثل الموسوعات التقليدية؛ فهي تنطلق على أساس أن الجميع بإمكانهم تحرير مقالات حول موضوع معين، بشرط أن يُقرأ الموضوع مرة أخرى، ويراجع ويصادق عليه العديد من المتصفحين المنخرطين ضمن المجموعة. ومحتوى الويكيبيديا يكون أيضا كما في الموسوعات التقليدية محل مراجعات وإعادة صياغة باستمرار مادام الزائر للموقع باستطاعته تغيير النص، مع العلم أن النسخ السابقة المعدلة ستكون موثقة بشكل منهجي. والفكرة التقريبية المقابلة هي تناغم المحتوى في تلك الفترة، ليس بالتصويت، لكن بالحوار والمناقشة، حتى الوصول تدريجيا إلى الاتفاق. هكذا يُقتَرَب من الصواب بفضل زيادة الإضافات المتتالية للمتصفحين.

إن النظام التعاوني والمتداول المعتمد من طرف ويكيبيديا يظهر من دون التباس أننا نبتعد عن شكل الثقافة المطبوعة، ونعتمد «حكمة الجمهور»، ونحاول ابتكار كتابة رقمية مرنة، في ضوء المساهمات المتعددة والمختلفة. وهذا النوع من التوظيف وفق المؤسسين والفاعلين في ويكيبيديا يعني أنه لا يتعين تقييم النصوص عن بعد على المدى القريب، بل يتعين انتظار فترة من الزمن: يتعين على كل نص متعدد ومتجدد أن يولّد قراءة وحكما في كل مرة يتجدد فيها. وإذا رجعنا إلى تحليل ميلاد دويحي بخصوص ويكيبيديا من الناحية «الأنثروبولوجية»: فإنها تسمح بقراءة الشكل التسلسلي للمعرفة. فهذا النشاط الأنثربولوجي الرقمي هو الذي يسمح بالتحديد، وفق المحلل، بتقليص كمية التعبير والأذواق الفردية التي توجد غالبا في الموسوعات التقليدية. فـ«أسلوب العمل» المبتكر الذي نحن بصدده يحول ويبتكر من جديد وظيفة المؤلف والقارئ.

وبعيدا عن تأثيرها البيداغوجي، والثقافي والاجتماعي[11]، تأخذ ويكيبيديا أيضا بعدا سياسيا حينما تُرفض، بسبب نجاحها، وعدم احترامها للقواعد التقليدية، وحينما يكون موضوع الملكية الفكرية في الحسبان. وفي نهاية المطاف فهي تمس

عددا من القيم، تلك التي تتعلق بالعلاقات ما بين الأفراد وبين الأفراد والمجموعات. وفي هذا الاتجاه فإنها تحمل بذرة تشكيل ثقافة رقمية مفتوحة بعيدة كل البعد عن إرث الثقافة التقليدية.

والخطابات القوية الصادرة عن الفاعلين في الويكي لا يتعين أخذها بالحرف، لأن الفرق بين الشكل النظري لويكيبيديا والتطبيق في الواقع، يظهر أكثر حساسية. ومن ثم على نقاد الموسوعة الرقمية أن يسلطوا الضوء على عيبين أساسيين للمنطق التعاوني في هذا الميدان: فهناك عمل الهواة وعدم موثوقية العديد من المقالات من جهة، وغياب تسلسل هرمي حقيقي للمحتويات من جهة ثانية.

لقد كانت الخلافات والانتقادات كثيرة منذ نشأة «ثقافة الويكي» وسال الكثير من المداد. فهل يمكن وضع بيان أولي بخصوص مصداقية ويكيبيديا؟

بخصوص النقطة الأولى المتعلقة بموثوقية النصوص يبدو أن النجاح الحقيقي قد تحقق، نعم فهناك صعوبات، ومقالات غير مكتملة ومملوءة أحيانا بالأخطاء. لكن قواعد المراقبة التي تُعتمَد (حيادية وجهات النظر، والإحالة على المصادر... إلخ) بدأت تؤتي ثمارها[12]. ويمكن كذلك التوصل إلى تصحيح التقديرات والأخطاء بفضل يقظة المساهمين الذين يستطيعون وضع مشروعات مواد des bandeaux، و«إحالة على مصدرà sourcer »، و«لهجة غير محايدة ton non neutre». وتبدو كل تلك القواعد الإجرائية لليقظة من أجل مراقبة المساهمين غير اليقظين أو الماكرين، آليات أكثر نجاعة بشكل ملحوظ (وعلى الرغم من ذلك نجد الكثير من المعلومات الخاطئة غير المصححة). من جهة أخرى يجري إصلاح الأمور بطريقة أو بأخرى بفضل تلك التدابير الإجرائية، للحسم في الخلافات المتعلقة بالنشر والتفسيرات. وبما أنه من غير الممكن التوصل إلى توافق مسبق حول المعارف والمضامين، يوازن المساهمون وجهات النظر ويقدمون الشروح المختلفة للقراء حول المفهوم نفسه[13]. ويبدو أن نظام المناقشة والوساطة والجزاء يكون محددا بدقة ويعزز، على ما يبدو، روابط الثقة بين المشاركين[14]. وإذا لم يستطع الويكيبيديون التوافق فإنهم يطرحون الخلاف أمام لجنة التحكيم. وهذا التعاضد بخصوص إجراءات المراقبة والجزاء بالإضافة إلى الكتابة التشاركية يشكل، وفق دومينيك كاردون Dominique Cardan، ذلك «التجديد الأكثر جرأة لدى ويكيبيديا»[15].

أما المسألة الحساسة الثانية فتتعلق بالترتيب الهرمي للمعارف، لأنه من الصعب الاتفاق حول أمر يتعلق بالمعارف ومنطق تصنيفها، لاسيما في سياق ممارسات الحوكمة والتنظيم الذاتي. كما أشرنا إلى ذلك عدة مرات فتقاسم المعارف على الشبكة يقوم على منطق أفقي وليس عموديا، ويحيل على فلسفة تعاونية ضد أي تسلسل هرمي. لكن ماذا عن وجه العملة الآخر: كما يقول الصحافي والكاتب بيار أسولين Pierre Assouline، «المرجع في ويكيبيديا يكون متغير الأبعاد، وآخر من تكلم هو المحق إلى أن يأتي الآخر»[16]. تتوقف أهمية النصوص على الترتيب الذي يقوم به المتصفحون: نجد فيها إذن كتابات بيوغرافية ومقالات تحليلية حول مواضيع معينة حيث يبدو الحضور والطول بالنسبة إلى المتخصصين غير لائق أو غير مناسب وذلك وفق قيمتها الجوهرية. تُنمي ويكيبيديا بالطبع علاقة في الوقت الذي تكون فيه الفورية على سبيل الأولوية (آخر موهبة صاعدة لها الحق في نص أكثر أهمية من عالِم معروف)، وفي الماضي القريب. كما تسلط الضوء على بعض الشخصيات العصرية أو بعض آخر الأحداث وفق أذواق المساهمين وفضولهم الشخصي، ومن ثم غياب التراجع الضروري لعمل موسوعي حقيقي.

وأمام أنظار المدافعين عن ويكيبيديا فإن ديموقراطية المعارف تتحرك بفضل الـ«ويكي» خاصة؛ وذلك أمام أنظار منتقديه، ويتعلق الأمر بكل بساطة بخدعة تقنو - ديموقراطية.

الظهور القوي للهواة

يمثل الفيض المثير للمضامين التي أصبح من الممكن الوصول إليها عبر الويب دليل ثقل الهواة المتزايد. وهذا التزايد الحساس لممارسة الهواة يتأكد ويتكرس عبر الأبحاث الأخيرة حول التطور الثقافي للفرنسيين[17]. إن مشاركة الهواة في الإنتاج الثقافي تشهد من دون شك على تقييم بعض الخبرات المعتبرة كشكل من الترقيع (bricolage)، «فن العمل» وفق ميشال سيرتو[18]، والتي تتفرع أحيانا إلى إنتاجات أصيلة، وتظهر قدرة الأشخاص للخروج من المسالك لإثبات تصرف مستقل من أجل الاسترخاء والمتعة. تلك المشاركة تكون أحيانا كالتزام حيوي، وتلك الممارسة الهاوية[19] لم تنتظر حقا وصول الإنترنت من أجل الارتقاء. لكن مع الزيادة في سرعة

وكثافة التبادلات والمشاركة بخصوص التجارب بفضل التكنولوجيات الرقمية، جرى مجددا تشجيع الكفاءات المنتشرة حتى الآن، ومن ثم بروز إنتاجات ثقافية جديدة.

إن تزايد قوة الهواة تتجلى، وفق باتريك فليشي[20]، بالتقاء ثلاثة تطورات أساسية في مجتمعاتنا. ويتجلى ذلك أولا في الحركة العامة للفردانية المعاصرة التي تقيم ازدهار الإشباع الشخصي، والهم الذاتي والاعتراف بالفردانية من طرف الآخرين. ولا أحد يشك في أن إنتاج وتوزيع بعض الإنتاجات الموسيقية أو بعض الصور الفوتوغرافية على الويب سيعطي لكل واحد فرصة الحصول على إشباع ما، ليس ماليا، بل أن يكون على الأقل رمزيا. فتتحقق من ثم المساهمة في حركة توسيع المعارف والكفاءات، ويتجلى ذلك في شكل من التعلم الذاتي، عكس التسلسل الدراسي والثقافي التقليدي، ولا شهادة مطلوبة هنا. ويبدو أن الشخص العادي، المنقاد بالفضول والشغف، يشعر بأهميته، بفضل الوسائل المعلوماتية التي أصبحت في متناول أكبر عدد كبير من الناس، لإجراء التجارب التي تتفاوت درجة نجاحها، وتنفيذ أعمال تتعلق بتعديل الصوت أو الصورة، وإعادة صياغة أو كتابة النصوص. إنها تبرز أيضا دمقرطة الكفاءات إذ إن «المجتمع حيث يُعتبر كل واحد يملك حيزا من الكفاءة، وأن بإمكان تلك العناصر تنفيذ عمل مشترك من خلال الأجهزة التعاونية»[21].

هكذا نكتشف عالما أقل تعقيدا، يصاغ وفق أشكال جديدة من حيث اكتساب المعرفة، مُشكّلا من التبادلات عبر الشبكة داخل المجموعات الافتراضية، وإجراءات تهجين وصيد جائر بطرق متنوعة تخلخل العملية التقليدية في اكتساب المعلومة، سواء أكانت مجانبة بشكل كلي أم على هامش الأنشطة التقليدية الأكثر شرعية. فنحن هنا في إطار التجديد المتصاعد خصيصا[22]، مصدره الشعب وليس النخبة بتاتا، المحتفى به من طرف مؤسسي الويب.

وهذه المجموعات المتقاسمة المرتكزة على مشاعر الانتماء العاطفي والثقافي تُذَكِّر بطريقتهم، بالتمييز الشهير الذي أتى به فيرديناند تونيز Ferdinand Tonnies في نهاية القرن التاسع عشر: المجموعة والمجتمع[23]. وهو يقول إن المجموعة ترتكز على روابط قوية تنسج بين الأفراد (مثلا داخل الأسرة، وعلاقات الجوار، والقرية) والتي تكون أولا عاطفية، عكس تلك الروابط التي تعتمد

على الحساب أو الرغبة في المتاجرة. لكننا نجد اليوم أن المجموعات المتحابة موجودة بصورة جيدة على الويب، ألا تشبه تلك المجموعات التي يتحدث عنها السوسيولوجي الألماني، والتي لا تتحول، ذلك الشكل من العلاقات العاطفية؟ يعيش المعجبون مرتبطين بشكل وثيق بهذا أو ذاك المحبوب ويرغبون في الوجود في شكل مجموعة منصهرة تتقاسم الأذواق والرغبات نفسها. إنهم يمضون جل أوقاتهم في التعليق على الحياة ومنتوج الفنان المفضل أو تأويل بعض الأعمال عن طريق التكنولوجيات التي تكون رهن إشارتهم[24].

لقد أخذ هذا الشكل من النشاط الموازي مع الإنترنت بعدا آخر، بحيث أصبح ممكنا الوصول في وقت قصير جدا إلى حجم هائل من الوثائق والمؤلفات المصورة والمسجلة. وبفضل الويب والوسائل السمعية البصرية، أو «التقارب الثقافي[25]» وفق هنري جنكينس Henry Jenkins، اكتشف المعجبون فرصا جديدة للاستهلاك، بل فرصا للمشاركة كذلك. وبذلك أصبحوا يشكلون خبراء حقيقيين حول الفنان أو المبدع، يعرفون عنه كل شيء، ويقومون بالتأويل، وقد يحورون المعنى من أجل إرضاء النفس أو المتعة والمشاركة مع المجموعة. فتعبئة المعجبين على الويب حول هذا الموضوع كإبداء الرأي مثلا حول سلسلة تلفازية قد تكون بتفاعل قوي ومكثف. ومع كل حلقة، يقيّمون السيناريو، ويسبقون الأحداث، ويقترحون حبكة خفيفة مختلفة، وحتى اقتراح ترجمة السلسلة من أجل مزيد من التعريف بها. هكذا يستخدمون جماعيا كفاءاتهم المتعددة ويقومون بعمل تعاوني يعطي ثماره. والتقارب الثقافي يوحي بالضبط بأشكال جديدة من الإبداع الذي يبرهن عليه المستهلكون عبر الإنترنت بفضل التكنولوجيات المتاحة والتي تنتج أنشطة مقلدة أو ساخرة ومحاولات لإعادة الابتكار، مثل سلسلة أفلام ستار تريك Star Trek، وهاري بوتر Harry Potter، وحرب النجوم Star Wars، وماتريكس Matrix، التي توضح بشكل رائع القدرة الإبداعية للمعجبين، وذكاءهم الجماعي، الذي يخلخل التراتبية الثقافية ويجعلهم يكتسبون المهارات من خلال الثقافة الشعبية[26].

وبإشراك متصفحي الإنترنت في إنتاج فيلم مثلا، فقد استوعبت استوديوهات السينما جيدا الوزن والتأثير الإيجابي لأولئك المعجبين. هذا ما حدث من أجل تكييف الشاشة الكبيرة مع ثلاثية سيد الخواتم Le Seigneur des anneaux.

لقد أُقحِم المعجبون للمشاركة بآرائهم بخصوص بعض ملامح السيناريو واقتراح بعض التعديلات التي تقبلها المخرج بيتر جاكسون Peter Jackson في النهاية. وهذه الاستراتيجية المتعلقة بالتعاون من شأنها أن تقلل من الانتقادات السلبية المحتملة وتخلق إحساسا بالانتماء إلى المجموعة. مثال آخر: في عالم الموسيقى يتتبع المعجبون خطوات الفنان المفضل، وباستطاعتهم الحصول على محتويات حصرية، تساعد على ملء القاعات بالحجز المسبق. وبذلك استفاد المغني ماتيوه شيديد Mattieu Chedid من خلال موقعه الإلكتروني، الذي تردد عليه عدد كبير من المتصفحين، للاستفادة من الحجز بثمن تفضيلي[27]، وبذلك استطاع ربط علاقات متينة بجمهوره.

الجمهور الذي يكون في تفاعل مستمر لتبادل الآراء حول بعض الإبداعات الموسيقية، يشكل من دون منازع دائرة إعلامية، ومن ثم وسيلة للشهرة. ويسهم أحيانا في إبراز كفاءات جديدة بفضل مضاعفة التحميلات والاستماع أو مشاهدة الفيديوهات. هناك بعض المجموعات مثل مجموعة أركاد فاير Arcade Fire (اشتهرت عبر المواقع الموسيقية في العام 2004) أو أركتك مونكيز Arctic Monkeys (برزت بفضل موقع مايسبيس MySpace في العام 2005)، تؤكد اكتشاف بعض الفنانين على الويب من طرف الهواة العارفين. تستعيد مجموعة المعجبين الإنتاجات بطريقة معينة بحيث لا يكون المؤلِّف هو المسيطر على كامل التحكم في استهلاكهم بل إن المتلقين أنفسهم هم من يكون لهم ذلك، فالرهان هو أن توضع رهن إشارة المتصفحين أكثر الاختيارات الممكنة، وترك الأبواب مفتوحة قدر المستطاع على عالم الفنانين أملا في أن يدخله المستهلك بين الفينة والأخرى. وبذلك تعيد الممارسات الرقمية، بشكل ما، توزيع الأوراق، وتحول أساليب عمل العالم الفني التقليدية.

فيضٌ إبداعي؟

إن انتشار المجالات المتعددة لاستقبال الإبداع منذ نحو عشرين سنة يستدعي دراسة عميقة لأنها تشهد في الوقت نفسه نوعا من الغليان الفني مع التساؤلات المطروحة فيما يتعلق بالممارسات الثقافية. فماذا نلاحظ إذن على مستوى الممارسات الفعلية عند مستخدمي الإنترنت في ميدان الصناعات الإبداعية؟ وحتى يهدأ بالنا

يتعين الغوص في بعض الدراسات التجريبية التي أُنجزت أخيرا في مختلف القطاعات الثقافية، وأن نلاحظ، مرة أخرى، الاستعمالات الجارية.

الممارسة الموسيقية:

الموسيقى المسجلة تعتبر من دون منازع أحد القطاعات الأكثر تمثيلا لفيض ثقافي تعاوني ومتجدد اهتز كليا مع ازدهار الإنترنت[28]. لقد تضافر عديد من العوامل - كالوفرة وسهولة الوصول، وعرض المضامين، والاستبدال التدريجي للأقراص عن طريق التحميل، وتطور شبكات تبادل الملفات الموسيقية، وتطور البث المباشر - مع عوامل أخرى لإعادة هيكلة شاملة للحقل الموسيقي وصناعة الأشرطة[29]. وأصبح في استطاعة كل شخص أن يحصل على وسائل التسجيل والإنتاج بثمن زهيد، وهي أمور كانت حكرا على المحترفين، وأن يستخدمها بسهولة لبث إبداعاته الخاصة على منابر مخصصة لهذا الغرض، ومن ثم التواصل والحوار مباشرة مع الجمهور. إن تلك المضامين لا تؤدي فقط إلى جعل الحدود التقليدية بين كل من إنتاج ونشر وتوزيع الموسيقى ضبابية، بل تمنح أيضا، من دون شك، الفرصة للمتطلعين إلى النجاح والشهرة.

لقد شكل موقع مايسبايس MySpace بهذا الخصوص أرضية معبرة بشكل خاص لكل أشكال الاستعمال تلك، وذلك بفضل التقنيات الرقمية، حتى لو أن ذلك ظل منذ بضع سنوات مصحوبا بمنابر أخرى. ومن دون التمييز بين الأعمال الموسيقية المقترحة من طرف الهواة، فإن موقع مايسبايس يضم في المكان نفسه كل الموسيقيين، كيفما كانت وضعيتهم. ويضع رهن إشارتهم المضامين الموسيقية، من فيديوهات ورسوم، وفق مبدأ مساواة واضح ورسمي بين كل المبدعين أو الناشئين.

والبحث الذي أُجري على فئة من الفنانين الحاضرين على تلك المنابر، يرمي بالخصوص إلى فهم مسارهم وأيضا استراتيجيتهم للشهرة الذاتية[30]، ويظهر أنه لا أحد منهم يعيش حقا من فنه (وهم أُجراء، وطلبة، وفنانون عاطلون، وعاملون مؤقتون، ومبرمجون). ويبين من ناحية أخرى أن بعضهم ينجزون التصميمات والتسجيلات في محل سكناهم بواسطة البرمجيات الأكثر أو الأقل

تطورا، والتي يستمدونها من موقع مايسبايس قبل إنشاء موقع شخصي وذلك من أجل خلق وتشخيص عالمهم الموسيقي الخاص. فيبذلون من أجل ذلك الكثير من الجهد والوقت قصد إغناء محتوى صفحاتهم، والرد على التعليقات وطلبات «الصداقة» أو حتى البحث عن «أصدقاء» جدد. كما تشكل تلك المنابر وسيلة أساسية للوصول إلى جمهور السهرات، فيُيَسِّر من دون منازع التواصل الاحترافي وسلاسة التبادل من أجل إيجاد الموسيقيين، ومن أجل تنظيم السهرات في القاعات الصغيرة والمتوسطة. لكن ذلك لا يستعمل لغاية التوصل لإبرام عقد نشر مع دار كبيرة للإنتاج، وتبدو المنابر في آخر المطاف وسيلة لإنشاء شبكة للشهرة على الويب، ومن ثم فتح المجال لدمقرطة الساحة الفنية، بحيث تُعطى الفرصة للفنانين لتوجيه تلك الشهرة نحو الفضاءات الموسيقية، لكن ذلك لا يمكّنهم من اختراق الوسطاء المتخصصين في مجال الشهرة الوطنية (شركات التسجيل الموسيقي ووسائل الإعلام التقليدية).

إضافة إلى ذلك فقد مكنت دمقرطة وسائل الإنتاج وتوزيع الموسيقى، الجمهور الواسع من الولوج عبر مواقع الويب إلى قائمة المنتجات الموسيقية المتنوعة بشكل خاص. وتُبَثُّ الموسيقى حاليا، بفضل أدوات التواصل المختلفة: قنوات البث، والاستماع والممارسات تظهر مجزأة على نحو متزايد[31]. يستمع هاوي الموسيقى حاليا إلى فنانيه المفضلين بالتحميل عبر المواقع (بشكل غير قانوني غالبا) والاستماع إلى آخر الإنتاجات أو باستعمال تقنية البث المباشر على موقعي ديزر Deezer وسبوتفي spotify. وهذه التقنية الجديدة للولوج لسماع الموسيقى تمكن الفنان من الحصول على جمهور جديد يجري تحليلها إذن كوسيلة لتنوع ثقافي أكبر حجما. فهذا المعجب باستطاعته أيضا تنويع أذواقه، وأن يمارس عن طريق الريمكس شكلا من إغناء الحقل الموسيقي أو التهجين الأصلي للأجناس (مثل ديسك جوكي Disc Jockey والموسيقى الإلكترونية). وبإمكانه أيضا أن يبادل عبر الويب إحساساته ورغباته مع بقية المعجبين والاندماج مع المجموعة. فهل بيئة الإنتاج والتوزيع هي إذن كما سنرى في حالة إعادة التكوين؟ هل الأمر كذلك بالنسبة إلى الميادين الثقافية الأخرى، كالكتاب مثلا؟

المؤلِّف في الزمن الرقمي

لنأخذ مثلا حالة المؤلفين أمام رقمنة المضامين وأشكال الكتابة الجديدة على الويب. في فرنسا مثلا نُفِّذ عديد من الأعمال حول تطور سوق الكتاب والنشر وتصرف القارئ؛ لكن هناك القليل من الأبحاث حتى الآن التي تتناول سلوك الكتّاب أنفسهم أمام السياق التكنولوجي. فماذا عن طريقة الكتابة والنشر وعن العالم المتغير مع الازدهار الرقمي؟

بهذا الصدد أُجريت أبحاث استقصائية مع 25 من الكُتّاب تسلط الضوء بشكل رائع على هذا الموضوع[32]. وبالنظر إلى المُؤلِّف بأوسع المعاني، ودون حصره عند كتّاب الرواية، يتبين أن الرقمنة تصل إليه في الواقع وفق درجات جد متفاوتة. فأشكال الحضور على الويب تنطلق من «كاتب الورق» (غير المستأنس بشكل جيد مع الرقمي) إلى «كاتب الشبكة» (فاعل عبر الويب) مرورا بـ«الكاتب المُجرِّب» (تعتبر الويب مجالا إعلاميا موسعا). وعلى الرغم من أن اللجوء إلى تهجين النصوص، والصورة، والصوت والنقاشات المتبادلة مع القراء لايزال أمرا لا يهم إلا عددا قليلا من الكتّاب، فإننا نلاحظ أن هناك على الأقل تنوعا تدريجيا للاستخدامات. فالكثير من الكتّاب مطالبون حاليا أكثر من أي وقت مضى باستعمال الأجهزة الرقمية التي تمكنهم من تخزين المضامين بشكل رائع، وإمكانية إعادة تنقيح النصوص، والوصول إلى المصادر عبر الشبكة، والتصحيح الآلي. وكما جاء في دراسة كل من سيسيل مياديل Cécile Méadel وناتالي سوناك Nathalie Sonnac «يرى المؤلف في قدراته كمصمم كتاب تتضاعف بتلك المرونة غير المسبوقة بشكل قابل للتعديل إلى ما لا نهاية[33]» والبعض يعيشون تلك الفرص كمرحلة ضرورية من مراحل الإنتاج: البعض الآخر يرى فيها عوائق. والكثير منهم أيضا من ينخرطون في نشر كتبهم بالاعتماد على المدونات، والمواقع والمشاركة في المنتديات من أجل إثارة التحفيز والفضول حول إبداعاتهم.

هناك دراسة أخرى[34] تتعلق بالمسارات وشبكات الكتاب على الويب في فرنسا تمت خلال العامين 2011 و2012، أظهرت وجود تعقيد كبير في أشكال الوساطة في العمل، ووجود موقفين حول الكتّاب تجاه الرقمي: بالنسبة إلى الأول فإن الويب الشخصية تشكل واجهة، ومجالا لترويج الكتاب والإعلانات (ونبقى هنا في مجال

المخطوطات)، وبالنسبة إلى الثاني فإن الويب تشكل مجالا لربط العلاقات وتجريب أشكال جديدة من الكتابة. (يتعلق الأمر هنا بالنص الإلكتروني). فتلك الأشكال الجديدة بدأت تشكل شبكة بديلة من المؤلفين المترابطين فيما بينهم، ويحاولون تحريك الخيوط والحدود وإعادة خلق علاقة جديدة في الأدب، بحيث يكون الإبداع والارتقاء متراصين. ومثل الموسيقيين، فقد أصبح أولئك المؤلفون إذن مقاولين لشهرتهم الخاصة (يكتبون، وينشرون، ويوزعون ويشهرون أعمالهم بأنفسهم)، وعكس عالم الموسيقى الذي يتوافر على المنابر الملائمة لتلك الممارسات الرقمية الجديدة، نجد في عالم الإبداع الأدبي أن كل شخص يستخدم الوسائل المتاحة من أجل الحصول على تلك الرؤية.

فهذه الدراسة تثبت أن التصور التقليدي للكاتب لم يُستبدل بالممارسات الرقمية الجديدة، بل إن هناك توترا بين شكل الواجهة (إتاحة الرؤية) وبين المختبر التجريبي (إجراء التجارب) يحدث شيئا فشيئا ويوما بعد يوم. فغموض مستقبل هذين النظامين فيما يتعلق بالإبداع يشهد بطريقته على التوازن غير الثابت حيث تتطور حاليا الثقافة الرقمية المتقاسمة بين شكل من الاستمرارية وتطور الممارسات الواعدة.

هناك أيضا روابط مختلفة تنسج بين المؤلفين والناشرين ولاسيما بين مختلف الوسطاء في توزيع الكتب[35] وكذلك بين القراء والمؤلفين، إذ أصبح بإمكانهم عبر الويب التوصل إلى ربط علاقات متميزة. وعلى العكس من ذلك فإن التكنولوجيات الحديثة تمنح لكل قارئ إمكانية أن يصبح بدوره كاتبا ومنتجا للنصوص، وأن ينشرها مباشرة وبالمجان عن بعد من دون المرور عبر مصفاة كيفما كان نوعها، وأن يتوجه، لو أراد ذلك، نحو المتصفحين من أجل النقاش معهم بخصوص عمله الإبداعي. فالمضامين المكتوبة والنصوص المنشورة من طرف الهواة تتضاعف بأشكال مختلفة بفضل الوسائط الجديدة الثابتة والمنقولة (يمكن حاليا كتابة رواية على الهاتف النقال). لقد أصبح من الممكن الكتابة بشكل مغاير حيث بدأ بعض المعجبين بزيادة نصوص على ما كتب من روايات ناجحة. وهذا هو حال القراء المبهورين بهاري بوتر، حيث كتبوا نصوصا على شكل حكايات عن المشاهير fanfictions، تلك الحكايات التي تكمل القصص المنشورة وتحول الأبطال وبعض الشخوص نحو عوالم خيالية

متجددة[36]. وهذا الشكل من الكتابة لم يعد فريدا بل تشاركي ويشمل العديد من الأتباع وبالأخص الشباب.

الصورة والفيديو

شهد نشاط تصوير الهواة في السنوات الأخيرة ازدهارا كبيرا وذلك بفضل التكنولوجيات الرقمية التي أزاحت التصوير التقليدي. ولا داعي لوصف الإمكانات الهائلة التي أتاحتها الأجهزة الرقمية بهذا الخصوص. وما يهمنا هنا هو تضاعف مواقع تبادل الصور التي تشهد أيضا على أهمية الأنشطة التشاركية.

كان موقع تبادل الصور فليكر Flickr في العام 2006 موضوع بحث حول استعمالات المتصفحين[37]. وعلى العكس من موقع مايسبيس MySpace فإن موقع فليكر لا يعتمد على منطق الصدارة (الهيت - باراد)، ويشكل قبل كل شيء مجالا للتخزين (عام أو خاص) يمكن من خلاله إرسال الصور إلى الأقرباء، والأصدقاء وحتى إلى الغرباء. ونلاحظ أن تنوع الاستعمالات أصبح شاسعا، وأن هذا النوع من المواقع أصبح يشجع على الممارسات التعبيرية القوية. والذين يضعون الكثير من الصور ويجعلونها عامة يدفعون الآخرين إلى المشاركة من أجل تكوين مجموعات موضوعاتية/ أو اجتماعية، ترسم مختلف الموضوعات المرتبطة بتقنيات التصوير، ويدلون بآرائهم ويتعاونون... إلخ. فالتعاون عن بعد يتم بين أفراد يتبادلون الشغف نفسه أكثر مما هو حاصل في الأندية التقليدية. وقد أسهمت وظيفة موقع فليكر أيضا في بعض الحالات في تحسين أداء الهواة.

من ناحية أخرى فقد شهد استعمال الفيديو عن بعد انتشارا هائلا بفضل البرمجيات الناجعة مثل موقع بيتورنت BitTorrent الذي غيّر بشكل عميق طريقة تبادل الملفات الأكبر حجما، لاسيما الأفلام. ومنابر عرض الفيديوهات مثل اليوتيوب Youtube ودايليموشن Dailymotion تعتبر الأكثر تتبعا عبر العالم: المضامين التي يجري إنشاؤها من طرف المستخدمين تنبثق في الغالب من فيديوهات منزلية home vidéo، وجزء منها من الأغاني المعدلة الريمكس أو إعادة إنتاج remake[38]. فشعار اليوتيوب الشهير عبّر بنفسك Broadcast yourself يقرع كمبدأ لتقريب تلك المنابر التي تمكن من تعريف فيلم ما، وأن

تختبر شريطا قصيرا، وأن تشهر مسلسلا تلفازيا أو تنشر بشكل موسع حدثا خاصا مصورا من طرف الهواة.

إن تباين وعمق الفيديوهات المتاحة يسير جنبا إلى جنب مع الطابع المركب للجمهور الذي يتقاسم ويتبادل. فتلك المنابر تعطي مرة أخرى رؤية لمختلف نشاطات المتصفحين الإبداعية وفق درجات متفاوتة بالطبع. وتقوم من دون منازع بتخفيف الحواجز عند المدخل من أجل إنتاج ونشر وإعطاء فرصة للعصاميين والقناصة من أجل الاستمتاع والمعرفة والاعتراف.

ألعاب الفيديو والمجموعات من بعد

وراء ازدهار التكنولوجيا الرقمية برزت الألعاب الإلكترونية أو ألعاب الفيديو التي اكتسبت شعبية كبيرة خلال السنوات الأخيرة. في الواقع فإن هذه الألعاب تتطور باستمرار (شكلت في العام 2013 ثلاثة أضعاف حجم تسجيلات الموسيقى في فرنسا) وأصبحت ممارسة ثقافية تستهدف كسب مزيد من الشرعية. وبما أنها هيكلت عالم الألعاب التقليدية ورفعت من قوة التجربة الترفيهية (le jeux augmenté)، فاستعمالها المكثف أدى إلى عديد من النقاشات حول المزايا والعيوب المفترضة التي تؤثر على الأحداث (والبالغين أيضا) الذين أصبحوا مستهلكين كبارا كما تبين كل الأبحاث الجديدة على الممارسات الثقافية.

لن ندخل هنا في تلك الجدالات التي تكون في الغالب من دون جدوى ولاسيما تأثير ذلك العالم الافتراضي في الشباب. وبذلك يبدو أن شخصية اللاعب لن تكون متغيرة جوهريا بالممارسة المكثفة لألعاب الفيديو. وهذه الأخيرة ليست إلا مجرد مرآة لشخصية المستخدمين[39]. ويستحسن إذن أن نذكر أن هذا النشاط «الفيديواتي» بإمكانه إثارة الخيال، والحدس وتركيز اللاعبين، لكن أي استعمال مكثف بإمكانه أيضا إثارة سلوك الإدمان، وقد يؤدي فعلا إلى الإدمان على الإنترنت[40].

ولكونها مرتكزة على مبدأ الحكي والمحاكاة (تحكم اللاعب في سير الأحداث)، فإن ألعاب الفيديو تثير لدى اللاعب فضولا قويا والرغبة في الاكتشاف، وحل الألغاز التي يمتزج فيها الحظ، والخطر والتنافسية والتقليد، سواء تعلق الأمر بـ«ميست Myst» في العام 1993، أو «دوم Doum» في العام 1993 كذلك، أو «كول أوف ديوتي

«Call of Duty» في العام 2003، أو «ورد أوف واركرافت Word of Warcraft» في العام 2005، أو سلسلة «سيمس Sims» ما بين 2000 و2010، وغيرها كثير، فإن تلك الألعاب الافتراضية تشكل حاليا صناعة ثقافية مقترنة بالتكنولوجيات الرقمية وتسهمْ في المشهد الثقافي[41]. لقد حدث هذا التحول، وفق المختصين، في التسعينيات، وذلك مع ظهور ميكروسوفت وسوني، ثم مع ظهور لوحات المفاتيح (consoles) ابتداء من العام 2004[42].

لقد جاءت الإنترنت بطريقة جديدة للعب، اللعب جماعة عبر الشبكة ومع لاعبين متعددين. يستطيع اللاعب «gamer» أن يتبادل ويتقاسم وأن ينتج مع غيره وحتى يبتكر تجارب لعب وفق المقاس[43]، ويظهر ذلك بصورة خاصة لدى المختصين في التسويق وفي وسائل الإعلام[44]. ويجري التركيز على إبداع المستخدمين في دوائر الاعتراف الموازية التي تعطي التوصيات والتعليمات للاستعمال من أجل تشجيع اللاعبين.

انقطاع أم تحول؟

القطاعات الثقافية التي شملها الازدهار الرقمي كثيرة جدا لا يمكن حصرها هنا. من جهة أخرى لا داعي لاستعراضها حالة فحالة إلى ما لا نهاية (الموسيقى، والكتاب، والفيديو، والصورة، وألعاب الفيديو)، سنلاحظ من دون الدخول في التفاصيل التحولات نفسها موضع التنفيذ. وهذه الأخيرة تتجلى أولا بمشاركة مكثفة ومستمرة للجمهور، بمعنى تفاعلات أقل أو أكثر قوة بين المنتجين والمستقبلين، وبين الخبراء والهواة؛ ثم من قبل مجموعة واسعة من الابتكارات تشجع تقنيات الترقيع bricolage، والتعاون داخل الشبكة وتهجين الأجناس؛ ثم انتشار الإبداع، لكن عرضيا ومن دون منازع مع تغيير الممارسات الثقافية المعاصرة. ويتعين هنا ألا ننسى أبدا «نموذج التعاون الصناعي»[45] الذي يضع في مقدمة المشهد منابر المضامين التعاونية والشبكات الاجتماعية، التي تشجع في الوقت نفسه ممارسات المستخدمين - المساهمين الذين أصبحوا منشئين للمحتويات، وذلك بدعم من قبل الفاعلين في الصناعة التواصلية كشركة غوغل، حيث تشكل المنافع المالية، كما رأينا، مسألة جوهرية.

ووراء هذه الملحوظة إجمالا، تلوح في الأفق مسألة ذات أهمية حاسمة: هل نشهد حقا قطيعة ثقافية مع الممارسات السابقة أو ببساطة مرورا تدريجيا من تشكيل ثقافي إلى آخر، وإقامة «توازن جديد للتوترات» وفق تعبير نوبير الياس Nobert Elias[46]؟

أول طريقة للرد على هذا السؤال هي التأكد من كون الاقتصاديين يقومون بملاحظة التحولات البارزة في إنتاج المضامين. لاحظ فيليب بوكيليون Philipe Bouquillion في العام 2008 أنه «ليس هناك رابط بصفة تلقائية وباتجاه واحد بين نمو وسائل الإعلام الواعدة وإنتاج المضامين الأصيلة»[47]. ويبدو أنه خلال بضع سنوات بعد ذلك، لم تتطور الحالة إطلاقا: فالفاعلون المهيمنون على السوق يكتفون في الغالب بتعدد الناشرين للمواد الثقافية من دون التشبث حقا بتعزيز شكل جديد من الإبداع. وحينما يهتمون يكون ذلك دائما بنظرة استراتيجية جدا تعمل دائما على مساعدة بعض الهواة أو شبه المحترفين. والوضع هو نفسه حاليا: «تحفيز ضعيف لإنتاج محتويات جديدة وحتى عدم الاهتمام بنظام الإنتاج الثقافي والإعلامي»[48]. وهذا الوضع يترجم وفق أولئك المتخصصين، بنقل الواقع من دون إدخال أي تغيير على الأشكال الموحدة فيما يخص الأدوات الجديدة (شاشات الهاتف المحمول)، بابتكار أقل في ميدان بعض التطبيقات (التي تتلخص في ألعاب، وأسئلة سريعة، وتسلية، ووصفات مطبخ، وتوقعات أرصاد جوية) وبتقييم مبالغ فيه لمخزون المنتجات (الموسيقى، والمسلسلات التلفازية، والأفلام) التي تعطي الأفضلية للنجاحات الكبيرة والمنتجات فترة عابرة. وتبدو الصورة حقا أكثر ضبابية حينما ندخل في التفصيل: نلاحظ اختلافات واضحة بين بعض القنوات التلفازية، وإبداعا حقيقيا في قطاع ألعاب الفيديو، وفتورا في تجارة الكتاب الإلكتروني، لكن منطق التسويق والربحية يظل حاضرا.

وإذا أخذنا هذا الجانب من وجهة نظر أخرى، أي الجانب الذي يخص علماء الاجتماع، فالتشخيص لا يبشر بخير؛ فالدراسات الأخيرة حول استعمالات الإنترنت من طرف الفرنسيين توحي بأنهم يأخذون توجها مغايرا في العوالم الثقافية الموجودة أصلا وأنهم لم يغيروا بعمق حتى الآن مراكز الاهتمام الاعتيادية للجمهور[49]. بل إنها جاءت لتكمل الممارسات التقليدية بدلا من أن تجددها. بالنسبة إلى معظم

الممارسات عبر الشبكة (البحث عن الوثائق، وشراء منتجات، وألعاب، وموسيقى، وأفلام) فإننا نستعيد في الواقع الاختلافات المرتبطة بالسن والحالة المهنية للمتصفحين. إن الزيارات إلى المتاحف والمعارض عبر الإنترنت هي فقط التي ترتفع وتيرتها مع ارتفاع السن. ليس هناك قطيعة حاسمة إذن في استعمال المضامين، لكن هناك تضخما في بعض الممارسات بحكم سهولة الوصول ومجانية الويب.

إن الأفكار التي قدمها أنطوان هينيون Antoine Hennion بخصوص الموسيقى[50] تمكن من إعطاء صورة مختلفة ليس إلى جانب الممارسات الثقافية بمعناها الواسع، بل الممارسة الفنية بما في الكلمة من معنى. ومع البحث عن وسيلة من أجل ممارسة عمل ما وتحديد العلاقة بين الفن والجمهور، وبين الإبداع والاستقبال في عصر الرقمنة، يؤكد أنطوان هينيون هنا على مقاربة ما يطلق عليه «فنون الإنترنت» Net art[51]، في الممارسة الموسيقية. يذكر أن عزف الموسيقى يعتبر في المقام الأول فنا يتطلب حسن الأداء: لكي توجد تلك الموسيقى يتعين أن تُمارس وتُغنى وتفسَّر. وتعتبر أيضا شكلا من «التفاعل» مع العمل حيث يكون المتفرج أو المستمع مستعدا لقبول المنتوج وله رغبة في الاستماع إليه. وفي كلتا الحالتين يتعين التركيز على حسن الأداء وعلى ذوق المتلقي من دون تعارض بحيث يعزز الواحد الآخر»[52]. فإذا اعتبرنا أنه سيكون للعمل وحالة استقباله الأثر نفسه في الإبداع الفني، نستنتج بمنطق واضح أننا أصبحنا فاعلا ومفعولا به حيال الحركة نفسها. إذن ماذا يعني فن الإنترنت حاليا؟ مؤكد أنه بشكل ما، تُقيِّم الأنشطة في الوقت نفسه بالإتقان والتفاعل؟ وبمعنى آخر، فالممارسات الفنية الأخيرة التي جاءت بها الإنترنت لم تأتِ من أجل تعويض شكل قديم (من جهة المؤلف أو المبدع؛ والجمهور من جهة أخرى)، بل ستسجل بالأحرى في استمرارية بما أنها تكتسب دائما الجودة وتفاعل الجمهور. لن تكون هناك إذن قطيعة شاملة مع الممارسات الفنية التي جاءت مع التكنولوجيات الرقمية: سنكون أمام تغيير، ليس وفق الدرجة أو الرتبة وحجم التجربة الجمالية.

وفيما يخص تقييم التحولات المتعلقة بمحتوى الأعمال المطبوعة أو المسجلة تحت تأثير الإنترنت، فإنها تبقى في الوقت الراهن أكثر تجزيئا. وإذا كانت التحليلات في ممارسات الريميكس في ميدان الموسيقى، والأفلام أو التصوير تتضاعف، فهناك

في المقابل القليل من الأعمال، على الأقل في فرنسا، حول انتشار الدعاية الإعلامية للمضامين والتمثيلات، أي الطريقة التي تمر منها الأعمال من الكِتاب إلى التلفاز، ومن التلفاز إلى الإنترنت، وبالأخص الطريقة التي تسهم بها الإنترنت في إعادة التأهيل أو إعادة تحليل تلك الأعمال، والتحويل المحتمل لمضمونها.

وبتحليل أسباب الإعجاب الشديد برواية جان أوستن Jane Austen، «فخر وإجحاف Pride and Prejudice» التي صدرت في العام 1813، عمدت عالمة التاريخ هيلين إيك Hélène Eck[53] إلى بحث دقيق في الموضوع، لقي صدى إعلاميا واسعا. وأكدت أن تلك الرواية أصبحت رمزا للحب الرومانسي بامتياز ونوعا تجاريا في الوقت نفسه (بيع الكتب والقصص المصورة، ونشر الأفلام والأشرطة، والمنتجات المشتقة، وتنظيم الملتقيات المسماة أوستينية «austeniens»... إلخ). والنجاح الدولي للفيلمين «مفكرة بريجيت جونز Le Journal de Bridget Jones»، في العام 2001 و«فخر وإجحاف Pride and Prejudice»، في العام 2005، أتاح أيضا انتعاش الموضوعات المتعلقة بالعلاقة الغرامية، وأثار إبداع العديد من المنتوجات الهجينة التي ضاعفت انتشار العالم الأوستيني. وذلك بالخصوص حول عمليات تكييف العمل مع أشكال وأنواع البث على القنوات التلفازية التي تبث العديد من الفيديوهات بنسخ مترجمة. والحال نفسه بالنسبة إلى الإنترنت: فإن «الجانتيون les janéites» (محبو جان أوستن Jane Austen، ومثل «التريكيين Trekkistes»، يتعلق الأمر بمحبي Star Trek)، يوجهون خيالهم نحو الألعاب ذات الأدوار التفاعلية، وينظمون الملتقيات الخاصة، ويوسعون دائرة الاستماع الدولية للإنتاجات السمعية البصرية، لتنفيذ مهمة كبيرة تتعلق بالترجمة إلى العديد من اللغات.

فإعادة تحليل روايات جان أوستن على الويب، التي تجمع بين مفاهيم التسويق والممارسة الهاوية في خدمة التسلية، تثير مسألة العلاقة بالعمل الأصلي، وهنا تتساءل هيلين إيك Hélène Eck: «كيف سيكون معنى العمل إذا كان الأدب يتمثل بقصة رومانسية مثيرة جدا، وهذا ما لم يحصل بالضبط؟ كيف ستكون قيمة الشهادة إذا كان فائض «الخيال» يخفي سياق كتابته واستحضاره اجتماعيا؟»[54] وبمعنى آخر، كيف سيكون الحلم الإنساني الكبير في جدولة العالم والتقاسم في عصر الإنترنت؟

الجواب سيكون صعبا في الوقت الراهن. ويحق لنا التأكيد على أن تداول الإنترميديا يغير معايير موافقة الأعمال من قِبل الجمهور أو الجماهير وتحويل معناها الأصلي. ويمكن أيضا إثارة فرضية مفادها أن ثقافة التسلية والمتعة المنتشرة عبر الويب هي في الطريق نحو إزالة شرعية، أو على الأقل، تهميش الثقافة التقليدية بشكل تدريجي. فعملية تحول الأعمال الجارية تبدو في كل الأحوال بمنزلة اقتراح. ويمكن بالتالي التساؤل حول الجودة أو قيمة المضامين (غالبا بواسطة التعبير عن الانحدار أو الخسارة)، ولا تفوتنا هنا الإشارة إلى عامل يتعلق باستهلاك الأعمال الثقافية في الوقت الراهن: في إطار البحث عن المتعة. والأبحاث المنجزة في هولندا في الثمانينيات من طرف عالم الاجتماع إين آنج Ien Ang حول نجاح المسلسلات التلفازية وبالخصوص مسلسل «دالاس»[55] Dallas تؤكد أهمية الإشباع الذاتي للمشاهدين. فمتعة المسلسل لا تعني الانخراط الكلي مع محتواه، بل تمكين المشاهد من إعطاء معنى لحياته الشخصية. ومشاهدته تتزامن مع فترة استرخاء واستراحة، وفترة أخذ نفس ضرورية مع وتيرة الحياة الحالية. ومع تساوي الأعمال، أليس هذا ما نلاحظه عن الممارسات الثقافية على شبكة الإنترنت؟

أليس كذلك أن المتصفحين يبحثون عن شكل من التكامل الشخصي يمر عبر استخدام يخلط بين المعرفة والمتعة، بتحريك مجموعة من الكفاءات المرتكزة على تحكم أكثر أو أقل ضمانا للوسائل المتعددة الوسائط، والمضامين النصية، والسمعية البصرية؟ فتحرير المضامين بالنسبة إلى دعامة واحدة مخصصة وتكثيف حركة الأعمال بين مختلف وسائل الإعلام تبدو في كل الأحوال مواتية لمثل هذا التطور.

5

ثقافة متكيفة ومتعددة الأصوات: كتابات على الشاشة

نص، كتابة ووثيقة

لقد وسع الرقمي من قبضته على أشكال التبادل مع الآخرين (هويتنا الشخصية وشبكات مؤانستنا nos réseaux de sociabilité) وعلى أشكال الإبداع (الإنتاج المرتقب لمحتويات جديدة)، لكنه أيضا خلخل طرق الكتابة والقراءة. وقد أثر حتى في أساس الثقافة المكتوبة التي هي ثقافتنا منذ آلاف السنين، ويبدو بالمناسبة أنه تتعين علينا إعادة النظر في طرق معرفتنا وتفكيرنا. والنقاشات في هذا الموضوع تكون دائما عنيفة ومنفعلة والنتائج متعارضة. سنحاول، قدر المستطاع فهم الرهانات الأساسية في هذا المجال.

إن المتخصصين الذين اهتموا بتاريخ الكتاب والقراءة يبرزون جميعا مدى فهم التحولات

«مع الإنترنت، لم تعد القراءة بالضرورة مرادفا للقراءة الكاملة للنص أو الوثيقة؛ لأن سياق التوثيق تغير، والمعايير على الشاشة تضاعفت»

الحالية في مجال الكتابة والقراءة تحت تأثير الرقمي الذي يتعين تسجيله في إطار نظرة طويلة الأمد من أجل تصور الاستمرارية أو الانقطاع الجاري. من جهة أخرى يتعين الوضع في الاعتبار تغير مختلف الدعامات التي تؤثر بالضرورة على المعرفة وطرق القراءة. ونحن نعرف أن النص ليس دائما هو النص نفسه حينما تتغير الدعامة؛ لأن هذا التغيير يكون له وقع على طرق القراءة والمعنى الذي نعطيه للنص («للأشكال أثر في المعنى»)[1]. وتقييم تأثير التكنولوجيات الرقمية الجديدة في الكتابة وفي القراءة في عصرنا هذا، يتطلب إعادة رسم الخطوط العريضة لتطور مختلف طرق التواصل التي استعملها الإنسان على مر التاريخ.

طرق التواصل:

لفافة ومخطوط وشاشة

يميز مؤرخو الكتاب عموما بين أربع مراحل تاريخية في طرق التواصل. المرحلة الأولى تتحدد بنحو 4000 سنة قبل الميلاد حين بدأ الإنسان يتعلم الكتابة (الهيروغليفية المصرية نحو العام 3200 قبل الميلاد؛ والكتابة الأبجدية نحو 1000 سنة قبل الميلاد). بيّن جاك غودي Jack Goody[2] عالم الأنثروبولوجيا في أعماله أن اختراع الكتابة شكل قفزة حاسمة (حيث إن الرسوم غيرت علاقتنا بالماضي). واستعمال لفافة الورق le volumen، ومخطوطات البردي التي استعملت حينها مكّنت من حفظ المعلومات على دعامة ثابتة، وتحرير الذاكرة الشخصية، بل والجماعية أيضا من ثقل المعطيات المتعددة، ومن ثم مضاعفة قدراتنا الفكرية. إن القراءة على اللفافة هي قراءة مستمرة تحرك كل الجسد ولا تسمح للقارئ بالكتابة خلال القراءة.

التغيير الأساسي الثاني: فسحت قراءة النصوص على اللفافة المجال خلال القرن الثالث بعد الميلاد للقراءة على المخطوط (دفتر يتكون من أوراق مطوية، تُخاط وتُربط)، أو الكتاب المكون من أوراق يُلجَأ إليه كلما دعت الحاجة إلى ذلك. يتعلق الأمر من دون شك بثورة ثقافية شاملة؛ لأنها كانت المرة الأولى التي أصبحت لدى الإنسان فيها وثيقة باستطاعته تصفحها، ويمكنه أيضا وضع تعليقات على الهوامش (باستطاعته أن يقرأ ويكتب) ويمكّن المخطوط من

رؤية شاملة للنص والصفحة المشكلة من كلمات، ويتشكل الكتاب من فصول وفقرات تمكن القارئ من الرجوع إليها من دون عناء.

وتتعلق المرحلة الثالثة باختراع الطباعة، وذلك نحو العام 1450 ميلادي (مع الإشارة إلى أن الصين اكتشفت الحروف المتنقلة قبل ذلك، أي نحو العام 1040، نعتبر أن هذا الاختراع لم يكن له الوقع نفسه مع اختراع غوتنبرغ Gutenberg)، وهو ما عزز علاقة أخرى في الزمن والذاكرة (بفضل القدرات الجديدة على التخزين)، وفُتح الطريق لدمقرطة القراءة بشكل تدريجي. لقد كان استنساخ النصوص قديما من اختصاص النسّاخ، ومع الحروف المتنقلة توسعت الطباعة وانتشرت بالتالي الأفكار الجديدة[3].

المرحلة الرابعة التي نحن بصددها هي ازدهار التواصل الإلكتروني الذي خلخل علاقتنا مع الكتابة، كما لاحظ ذلك المؤرخ روبير دارنتون Robert Darnton. فالسرعة التي أتاحتها الإنترنت على المشهد المعاصر مذهلة جدا: يبدو أن وتيرة التغيير تسد الأنفاس، من الكتابة على اللفافة: 4300 سنة؛ والمخطوط بحروف متنقلة: 524 سنة؛ إلى الإنترنت بمحركات البحث: 17 سنة؛ وانتهاء بمحركات البحث مع الترتيب عبر غوغل: 7 سنوات»[4].

والمرور من النشر المطبوع إلى النص الإلكتروني أدى، كما يؤكد روجي شارتيي Roger Chartier مرارا، إلى ثورة في أشكال الإنتاج وانتشار النصوص في الوقت نفسه، وثورة من حيث الأهمية المادية للدعامة الاعتيادية للكتابة، وثورة من حيث ممارسة القراءة. فالتغيير الأول الحاسم يأتي بالتأكيد من كون العلاقة - التي كانت تربط سابقا الأشياء، والأجناس والاستعمالات كيفما كان محتواها وجنسها ووظيفتها - قد انتهت[5]. يمكن عبر الويب قراءة كل النصوص، كيفما كان محتواها ونوعها ووظيفتها، وتلك النصوص تأتي من دون ترتيب وتصنيف. فعالم النصوص الرقمية هو عالم التشظي والتقارب monde de fragments décontextualisés et juxtaposés الذي يمكن إعادة تركيبه إلى أجل غير مسمى كما نريد. وهنا يؤكد مؤرخ الكتاب والقراءة روجي شارتيي أن هناك في الواقع ثلاث خاصيات يتعين ملاحظتها بالخصوص: تغيير النص الإلكتروني لمفهوم السياق أولا، وإنتاج المعنى مادام ترابط النصوص في الكتاب نفسه يُستبدل بترتيب متحرك ومفتوح، وكتابات

يمكن الاطلاع عليها من بعد. والتغيير الثاني كون مادية النصوص تكون مختلفة تماما، بما أن الرابط القديم الذي يجمع النص والغاية يبدو منفكا بشكل ما: فيكون في الواقع مجرّدا **dématérialisé**. فإذا كانت ثورة الطباعة لم تقم بتغيير علاقتنا مع الورق بهذه الصفة، فإن الثورة الرقمية كانت على العكس من ذلك، إذ انتقلت بنا من الورق إلى اللامادي، ومن ثم تم تجنب أخطار الازدحام في مجالنا المكاني. لذا فإن القراءة على الشاشة مستعارة من منطق اللفافة (يحدث ذلك في تسلسل عمودي)، ومن الكتاب المطبوع (مع تحديد أشكال لفافات الورق، ثم المخطوط)[6]. وبهذا المعنى، فإن الطفرة التي نشهدها هي على الأرجح أكثر عمقا من تلك التي سببها اختراع كتاب غوتنبرغ من حيث إنها لم تخلخل شكل الكتاب أو حركات القارئ المعتادة من قبل على المخطوطة.

لقد بدأ النص الرقمي يتميز منذ تلك اللحظة عن النص المطبوع بحسب عدة اتجاهات. ومن أجل فهم طبيعة التغيير الجارية التي لم يسبق لها مثيل، يمكن من خلال خطوطه العريضة استعادة لائحة العديد من الاختلافات الملاحظة من طرف عالم اللغويات رفائيل سيمون **Raffaele Simone** في بحثه المتعلق بالتحولات المترتبة على تطور الويب في السنوات الأخيرة[7]. فالنص الرقمي يعطي أولا قيمة كبيرة لإعداد وإنشاء النص: أصبحت كثير من العمليات ممكنة، مثل الكتابة والتحويل والقطع أو الحذف، ويمكن كذلك في أي وقت استكمال النص، وليس فقط خلال مرحلة الإعداد. فليس له في الحقيقة حجم أو كتلة، ولا يمكن لمسه فعلا. لا يتضمن أي أثر مادي للشخص الذي كتبه. ولا يحمل أي إشارة حول المكان الذي أنتج فيه (إنه غير محدد المكان). يعرض العنوان الإلكتروني للمرسل، لكن لا شيء يؤكد من هو حقا كاتب النص؛ وكما يقول رفائيل سيمون، كلمة (هو) يعني بها (ليس هناك أحد أو العديد من المؤلفين الذين يضمنون أن الكتابة أصلية، وأنها كاملة ونهائية، وأن المسؤولية ترجع إلى شخص محدد ومعروف). فهو أساسا غير مستقر، ومفتوح بشكل غير محدد وقابل للأرشفة بشكل غير مادي. ومن ثم يمكن توزيعه بلا حدود.

أما الملاحظة المتعلقة بعدم استقرار النص الرقمي الذي لم يسبق له مثيل، فهي مسألة لم تُحسَم فيها بعد من قِبل المتخصصين. لقد لاحظ روبير دارنتون **Robert Darnton** أن مسألة عدم استقرار تلك النصوص كانت حاضرة دائما. ويطرح كمثالٍ

طبعات شكسبير حيث كانت الأولى تشمل العديد من الأخطاء التي صُحّحت في طبعات تالية. فالعديد من المؤلفات شملت نصوصا عديدة ومتغيرة. وأشار أيضا إلى حالة الطبع الأكثر انتشارا في القرن الثامن عشر لموسوعة «ديدرو ودالمبير Diderot et d'Alembert» التي تحتوي على المئات من الصفحات غير الموجودة في الطبعة الأصلية، ويستنتج من ذلك أن «الاستقرار النصي لم يكن موجودا قبل الإنترنت»[8].

وثمة تغيير أساسي آخر: لأول مرة لم تعد للإنسان إمكانية الوصول المباشر إلى كتاباته، لأنه في حاجة إلى جهاز تقني ومصدر طاقة (الكهرباء) من أجل استعادة أثر تلك الكتابة. يمكن إذن الحديث عن «كتابات الشاشة»[9]، بمعنى النص المتاح عن طريق آلة، التي ليست طيعة كما نظن في بداية الأمر. والنص الذي تتعين قراءته على الشاشة، كما يتم التأكيد على ذلك، في الواقع وهو ليس مفتوحا بالكامل: وله مميزاته وقيوده كذلك. والبرمجيات المستعملة لها مثلا مجال يسمى بالتقنية السيميائية technico - sémiotique حيث يخضع الإنتاج لهيكلة نصية توجد في المنبع، الذي يضع علامة ويشكل الكتابات على الشاشة. فلا يجوز إذن تجاهل ما يمكن وسمه بالهندسة الإعلامية التي تحدد بشكل كبير طرق التعبير الجديدة؛ لأنه ليس لدى مستعملي الإنترنت السيطرة حقا على الوسائل التقنية.

والنص المسمى «إلكتروني» يكون «متعدد الأصوات» كالرّق الممسوح (palimpseste) بحسب تعبير روجي شارتيي[10]، لأنه يحرر أشكال الكتابة الأصلية، ويعزز شكلا من الكتابة المتحركة وغير الثابتة. وبهذا الخصوص فإنه في الغالب أكثر تحررا ومباشرة واختراقا. وبإمكانه أيضا أن يتيح الحوار أو الهزل والعدوانية أو القدح كذلك. ومع ذلك، فإن الكتابة على شاشة الحاسوب تُعْرضنا بشكل أقل وجها لوجه، حيث يدخل عامل الحياء والعواطف أو القلق[11]. فالمؤكد أن الأمر يكون تلقائيا وتفاعليا، لكنه يسمح أيضا بالإجابة عن الرسائل المتوصل بها مع شيء من النكوص أو مع أجل ما. فالرسالة الإلكترونية تترك لنا، لو رغبنا في ذلك، هامشا للتفكير.

وبفضل الوسائل المتنقلة الحديثة (الهاتف النقال، والهاتف الذكي)، فنحن نستخدم إضافة إلى ذلك رموزا جديدة أو أشكالا من الكتابة مثل الرسائل القصيرة SMS أو التغريدات tweets التي تترجم بكتابة عامية، وفونيمية phonétique مكونة من اختصارات acronymes، ومختصرات abréviations ، وكلمات جديدة

néologismes، لكن أيضا صورا على شكل أيقونات émoticônes أو smileys.

فهل تعتبر هذه الكتابة علامة إفقار للغة غير قابلة للعلاج، وتدميرا للبناء اللغوي أو تطويرا للغة إلكترونية من دون أخطار كبيرة على الإملاء؟ وعلى الرغم من أن بعض اللغويين[12] استطاعوا حديثا التأكيد أن الرسائل القصيرة تغني اللغة، وذلك بتمكين الشباب من الحصول على كفاءة لغوية مزدوجة (معرفة القواعد التقليدية في الكتابة والتمكن من اللعبة بواسطة الرموز)، بيد أن هناك ما يدعو إلى الشك في الآثار المحمودة لتلك الطرق الكتابية.

الوثيقة

من دون شك يتعين التفكير أكثر في الموضوع، من أجل توسيع الأفق والحديث، كما يدعو جان ميشال سالون Jean Michel Salaün[13]، عن الوثيقة وليس فقط عن النص (شيء مادي تُسجَّل المعلومة عليه) إنه في الواقع الدافع بامتياز لتداول المعارف التي تشمل كل الأنشطة الإنسانية. ولفهم ذلك الاضطراب في التأليف عبر الإنترنت، يقترح سالون ثلاثة أبعاد أساسية في أيِّ وثيقة: شكلها (المظهر)، ومحتواها، بمعنى النص (المعلوم) والوساطة (المقروء).

أول تلك الأبعاد هو شكلها، وبعبارة أخرى علاقة جسدنا وحواسنا بالشيء الذي هو الوثيقة: نعرف مباشرة تحديد الكتاب، أو الرسالة أو الفاتورة. تلك النظرة اللحظية تؤكد وجود تسجيل ووعاء متضامنين. بالنسبة إلى الوثيقة الرقمية، فإن كلا من برمجية عرض الوثيقة الرقمية، وشكل الملفات، وبروتوكول العنونة والتبادل، يعزز إعادة إنشاء حقيقية للوثيقة. وهذه الأخيرة تظهر على شكل صفحات على الويب بمقدورها احتواء العديد من الروابط، والصور، والصوت، والفيديو. فالنص متكون من عدة أشكال.

البعد الثاني يتعلق بالمحتوى الثقافي الذي يؤدي قراءة العلامات وتأويلها بوضعها في السياق. ولا يكفي فقط أن تكون الوثيقة مرئية، بل يتعين أن تكون مفهومة. ومن ثم يتم فك تشفير الوثيقة الرقمية وترجمتها عن طريق الآلة (ترجمة آلية، ومحركات البحث). ويمكن أيضا بوضع كلمة في محرك البحث الوصول إلى المعلومة، والبحث في خريطة، وأرشفة الصور: الإبحار في الويب يمكننا من المراجعة، والبحث،

والنقل واللصق، بمعنى إعادة تركيب النص، وابتكار أجناس جديدة من الكتابة (المدونة، والتغريد، والفيديو... إلخ). وبناء على ذلك فإن تلك الوثائق تُعتبر غير مسبوقة.

البعد الثالث (المقروء) يتعلق بالوسيط نفسه، باعتباره وسيلة بث اجتماعية للوثيقة من أجل التمكن من الرجوع إليها مستقبلا. لقد تغيرت الوثيقة الرقمية في هذه العلاقة في الزمن والمجال: زمن البث يكون لحظيا ومجال البث يمكن أن يكون محدودا أو موسعا. وبإمكاننا، إذا أردنا ذلك، إرسال وتسجيل المعلومة المتوافرة في الوثيقة على الفور، وتقاسمها والتعليق عليها مع ترك آثار أفعالها وتفاعلاتها.

أما الأوجه الثلاثة للوثيقة(14) التي يشكلها الويب بتشكيلها اليوم فتتجلى في المقروئية والفهم والمؤانسة. لذلك فالوثيقة الرقمية غير مستقرة حاليا وتخضع للتغيير باستمرار.

الطرائق الجديدة في القراءة

وإذ ندرك تحولات النص الناجمة عن الرقمي، والكتابة وبصفة عامة الوثيقة، يبقى لنا أن نستوعب تأثيرها على أحد الجوانب الأساسية للثقافة، كالقراءة. وبصدد هذه النقطة تتعقد الأمور لأن التحليلات والتأويلات من حيث حدتها والنتائج المترتبة عن الظاهرة تكون على الأقل متباينة. فكل من المؤرخين، والسيميائيين، وعلماء الاجتماع، والفلاسفة، وعلماء الأعصاب يتجهون نحو المسألة، ويعطون تشخيصات تكون دائما متعارضة ومتناقضة. وفي حقل هذه المتناقضات التي تكون أحيانا متشائمة، وأحيانا متحمسة، سنحاول أن ندرس قليلا الأمر بوضوح مع الاعتراف بالطبيعة الهشة والمؤقتة لبعض النتائج.

مع انتشار الحواسيب والهواتف الذكية والألواح الرقمية، وحتى الكتاب الإلكتروني (القارئات)، نلاحظ من دون منازع استمالة تدريجية نحو عالم آخر يتعلق بممارسة القراءة. وما يبدو متفاعلا مع ظهور تلك الوسائل الجديدة، يتجلى في المرور من قراءة انعكاسية، موروثة من عهد النهضة إلى قراءة أكثر سرعة وتفاعلا. كما يقول الروائي والمحلل ألبيرتو مانجيل Alberto Manguel في كتابه تاريخ الثقافة Une histoire de la culture: «نعرف لماذا نقرأ حتى عندما لا نعرف كيف، نحن

واعون في الوقت نفسه - ويمكن القول - بالنص المنشئ للأوهام وعملية القراءة. نقرأ لمعرفة النهاية، من أجل الحكاية. نحن نقرأ للوصول إلى تلك النهاية، فقط مع الرغبة في القراءة. نقرأ باهتمام بالغ، كما يفعل الصياد في الطريق، حينما ينسى ما يحيط به. نحن نقرأ بذهول، بتخطي الصفحات. نقرأ بازدراء وإعجاب وإهمال وقلق وشغف ورغبة وحنين. نقرأ بمتعة، من دون معرفة الدافع»[15]. تلك الطرق المتعددة في القراءة والخوض في القراءة، هل يتجه كل ذلك نحو الزوال أو على الأقل نحو الندرة كما يعتقد بعض الكتاب والمفكرين حاليا؟

وإدراك كنه الرهان الرقمي في القراءة يحتاج كذلك مرة أخرى الرجوع إلى التاريخ والوقوف أمام منظور تطور طرق القراءة عبر قرون. لقد ميز كل من جيجليلمو كفلالو وروجر شارتيي Roger Chartier& Guglielmo Cavallo[16] بين ثلاث ثورات بخصوص القراءة : وقعت الأولى ما بين القرن الثاني عشر والقرن الخامس عشر، والثانية في النصف الثاني من القرن الثامن عشر، والثالثة في نهاية القرن العشرين.

ووقع التغيير الكبير ابتداء من القرن الثاني عشر مع المرور من القراءة الشفهية إلى القراءة الصامتة، وممارسة القراءة التأملية التي ستؤدي إلى التفكير النقدي المعتمد من قبل الاتجاه الإنساني المشكك في الطريقة التقليدية. إن القراءة الصامتة تعزز القراءة الخاصة، بدورها مُيسرة بفصل الكلمات (إلى حدود القرن الأول كانت تسود الكتابة المتواصلة، من دون فراغات) التي ستتيح عرضا جديدا للنصوص.

ومع الانتشار الواسع للطباعة ابتداء من القرن الخامس عشر ستتوسع، كما سبق أن رأينا، دائرة القراء، لكن في نهاية القرن الثامن عشر ستتطور القراءة الأكثر سرعة، وللترفيه، وذلك بفضل الروايات، والمنشورات والصحف. كما ظهرت القراءة الموسعة التي تعطي قيمة لقدرة الحصول على تجربة واسعة وعواطف رومانسية.

في نهاية القرن العشرين، أدى انتشار كل من وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة، والراديو، والتلفاز) ووسائل الإعلام الرقمية، إلى ازدهار قراءة نشيطة أكثر انفتاحا وتفاعلا لتنتج علاقة جديدة مع النصوص. ومع ظهور الإنترنت بدأت القراءة تحدث بواسطة محركات البحث، عن طريق الروابط التي تتطلب كفاءات معرفية جديدة. إن دراسة هذه القراءة على الشاشة أعطت العديد من الأبحاث والمؤلفات[17] خلال

السنوات الأخيرة. ووفقا لبعض الباحثين فإن الرقمي سيثير الكثير من الأخطار، لأنه يعزز قراءة مختصرة ومتسرعة وسطحية؛ ووفقا للبعض الآخر، فإنه يشجع نشاط الدماغ ويغني فهمنا للأحداث. وعلى الرغم من أن الجدال ما زال قائما، فإنه يمكن الرجوع إلى الخطوط الرئيسية لتحديد المزيد من الأفكار من أجل التأمل في الموضوع.

نحو ممارسات جديدة في القراءة

لقد بدأت طرق الكتابة تتعقد وتدعو إلى اكتساب مهارات واستراتيجيات تتطور بمرور الزمن. ترى عالمة الاجتماع كلير بليسل Claire Bélisle مع آخرين، أن التغييرات الكبرى جارية، وتهم في الوقت نفسه علاقتنا بالزمن، وقدراتنا على الانتباه ومتعة القراءة[18].

يلاحظ أولا أن القراءة أصبحت سريعة، لأن إيقاع الحياة العصرية يدفع دائما إلى القراءة المتسرعة، وتدبير متسرع أمام زخم من المعلومات الأكثر أهمية. لذا من أجل تفادي الأحكام المتسرعة حول التدهور المفترض تحت تأثير وسائل الإعلام الرقمية، ينبغي التمييز بين مختلف أشكال القراءة: القراءة من أجل التأمل، والقراءة من أجل التكوين، والقراءة من أجل الاطلاع على الأخبار والمعلومات، والقراءة من أجل التسلية. ومع الإنترنت، لم تعد القراءة بالضرورة مرادفا للقراءة الكاملة للنص أو الوثيقة، لأن سياق التوثيق تغير، والمعايير على الشاشة تضاعفت. فالألفة مع المواقع والروابط تُكتسَب تدريجيا، حيث إن «سرعة إيقاع القراءة تكون في الوقت نفسه محفزة مع تطور الشاشات، وضرورية نتيجة كمية الوثائق التي يتعين قراءتها، ومفيدة، لأن هذا ربما يسمح لنا بتطوير قدرات جديدة للدماغ الذي ليس له حدود، ومن ثم تحقيق سرعة بعض العمليات العقلية»[19].

من ناحية ثانية، فإن قدراتنا على الانتباه تتغير أيضا. فالانتباه العميق، المقترن عادة بالعلوم الإنسانية الكلاسيكية، يتميز بالتركيز على شيء واحد، ويبدو أنه يتقلص بالقراءة على الشاشة في حين أن كثرة الانتباه la poly - attention المتطلبة على الإنترنت تتحقق في وقت واحد على شاشات متعددة، وتُسلِّط على مصادر معلوماتية متعددة. فالتصرفات المتعددة المهام بإمكانها بالتأكيد إضعاف قدراتنا على الانتباه، لكنها تبدو وفق كلير بليسل أكثر أهمية بشكل متزايد بسبب طريقة

عيشنا الحالية. سنرجع لاحقا إلى هذه المشكلة المتعلقة بنقص الانتباه لأنها تخضع أيضا لأنشطة أخرى، خصوصا في ميدان علوم الأعصاب. سنكتفي في الوقت الحالي بإثارة المسألة المتعلقة بسياق استقبال العديد من المحفزات التي أصبحت أحد الأصول لأنه يتعين علينا في إطار حياتنا المهنية، وحتى في الإطار الشخصي - الذي نكون راضين عنه أو نستنكره - أن نكون متفاعلين بشكل متزايد.

ومن الناحية الثالثة، تتغير متعة القراءة حيث تظهر هناك معايير حسية، خصوصا لدى الشباب. وتفسر سيلفي أكتوبر Sylvie Octobre بشكل محدد تلك الأسباب: «المتغيرة من حيث طبيعتها (من النص إلى النص التشعبي» - l'hper texte، من النص وحده إلى خلط النص/الصوت/ الصورة)، لتضاعف أشكال إقرارها (من قراءات مدرسية إلى قراءات للمتعة، من قراءات خطية lectures linéaires إلى قراءات قُطرية lectures diagonales، من قراءات إعلامية إلى قراءات سردية) في إصدارات جديدة (الكتاب، والصحف، والمجلات المطبوعة أو الرقمية)، الغنية بأجناسها (من الرسوم إلى الرواية الكلاسيكية مرورا بالكتب، والروايات البوليسية... إلخ)[20]. في حين أنه بالنسبة إلى الورق، تكون متعة القراءة عبر الروايات والحكايات، وتُعاش لدى الشباب عبر المدونات، والدردشة، والتغريدات، والمواقع على الويب. إنها لم تعد لحظات انعزال، بل تبادلات وتواصل مع الآخرين. هناك آفاق تتشكل وترتبط بالتقاطع، والتجربة، والاستعمال والتدخل في النص. وبمعنى آخر، فإن القراءة مستغرِقة immersive، وتتطلب أبعادا أخرى مؤثرة وثقافية تخلخل الأنماط التقليدية في القراءة. وتصبح معرفة القراءة، بشكل ما، شيئا فشيئا، مهارة تكنولوجية، تخلق من دون منازع انشقاقا بين جيل الرقمي والمهاجرين، والوافدين الجدد إلى العالم الرقمي. ويتعين إذن الأخذ بعين الاعتبار الاضطراب الحالي الحاصل وإنشاء توازن جديد «بين هذه القراءة المعمقة التي تسمح بالوصول إلى المعنى التاريخي والرمزي للحياة، والقراءة الوظيفية، كوسيلة من أجل التحكم وتحويل عالم الإعلام»[21].

لنقف لحظة أمام بعض التغييرات التي لوحظت. فالعديد من الوسائل التكنولوجية (المتصفح الإلكتروني، ومحرك البحث، وبرمجيات التصفح، والترجمة...) أصبحت تُستخدَم من أجل القراءة على الشاشة. هذه الأخيرة لم تعد ببساطة ثمرة

للعملية الخطية، لكن كتجربة قراءة منفتحة، ومتعددة الوسائط، ومع إعادة تشكيل ثابتة. لقد أدت الشاشات الرقمية، والهواتف الذكية والألواح إلى تغييرات عديدة من حيث إعداد الحروف، وكثافة الرموز، والتصميم وتوضيح المعلومات بالرسوم. إنها تعني قَطعا المعلومة المتاحة عن طريق روابط النصوص التشعبية التي تسمح بالإبحار من صفحة إلى أخرى: ومحاسن وجهة النظر تلك تبدو جلية. إنها تمكن أيضا من الولوج بسهولة وبطريقة فورية لزخم من المعلومات والصور: ويبدو أنه لا يمكن تجاهل دور تقديم هذه التجربة في القراءة التي يدعي البعض أنها قراءة معمقة، أو قراءة مزيدة أو قراءة معززة، من شأنها أن تؤدي شيئا فشيئا إلى ممارسات جديدة. إن تعلم القراءة على الشاشة يعني التعلم والفهم من خلال الوثائق والشاشات التفاعلية، ودعوة للتوجه نحو كفاءات لها دراية باستعمال الوسائل الإلكترونية التي تحتم على المتصفح أن يستأنس معها، ومن ثم القيام بمجهود ليس من الناحية التقنية بل هو مجهود ذاتي. هذه هي المبادئ: لكن ماذا عن ممارسات الأشخاص الفعلية: إذا لم نأخذ بعين الاعتبار فقط، مثل ما يقع في غالب الأحيان، لجمهور الشباب القارئ؟

أجريت بهذا الخصوص دراسة في العام 2010 تتعلق بظاهرة الصحافة عبر الشبكة[22] على عينة من القراء (بين 21 و64 سنة) شكلت بداية للرد. وتؤكد الدراسة، على سبيل المثال، أن الأشكال الاعتيادية للقراءة غير واضحة، بخصوص إعلام هجين، كالإنترنت من حيث الوظائف التقنية وتوافق الكتابة. وقراءة الصحف عبر الشبكة تعني التطور في بيئة تتميز بالوفرة من حيث المصادر وتعقيد العمليات المطلوبة للمصادقة عليها. ويتعين التفكير في آليات جديدة للقراءة، واستعمال مهارات معرفية، واستخدام إجراءات عملية.

من بين القراء المستجوَبين في إطار هذا البحث، كان العديد منهم يشهدون صعوبات في القراءة، لاسيما بسبب تضخم المواد التقنية والنصية للجهاز l'hypertrophie matérielle, technique et textuelle، لأنها تكون في أغلب الأحيان غير مستقرة مع سهولة تصميم الصفحات، وتعايش المضامين (الكتابية، وشرائط إعلانية، وإعلانات مصغرة، وفضاءات خاصة بالمنخرطين) ووفق أشكال متنوعة (نص، وصوت، وصورة، وفيديو). فعرض تلك المعلومات على شكل لائحة

يحتم قراءة مسترسلة من أجل رؤية النص بكامله؛ وتباين هيكلة المواقع يؤدي بالآخرين إلى إعادة التجربة وممارسة قراءة مشتتة ومتقطعة، بتحول التركيز على المهام التي تتم موازاة مع ذلك... إلخ. إن فقدان المعايير الاعتيادية، والتعرُّج الدائم بين الصلات البينية والنصوص، واستطرادات القراءة التشعبية، تعيق بناء المعنى وغالبا ما تؤدي إلى شكل من التيه وقراءة فضفاضة. لذلك فإن القراءة على الشاشة تتطلب مجهودا زائدا من الإحساس والتماسك، وبالخصوص لدى قراء الصحافة المكتوبة الكبار: فالقراء الكبار هم الأكثر تصفحا عبر المواقع بسبب تعودهم على الصحافة المكتوبة، ويمكن أن يظهر ذلك بديهيا. ولهذا السبب نجدهم أكثر حساسية في فقدان المعايير المادية والبصرية، وأكثر ارتباكا بقراءة متقطعة أساسا عبر الشاشة، لبنية الواجهات الشائعة أو تنظيم المادة النصية[23]».

قراءة معمقة أو قراءة مفتتة؟

بما أن الانتباه يبدو مشتتا بسبب التدفق المستمر للرسائل التي تعرض على الشاشة، يمكن بحق القول إن الإنترنت مصدر قراءة أكثر تشظيا، حيث تغير بشكل ما طبيعة القراءة المعمقة والمتأنية، وأساس التربية الغربية التي اعتمدت عليها زمنا طويلا النخبة المثقفة التي تعتبر أن القراءة الأدبية تبقى هي القراءة المثلى.

أما من هم أكثر تشاؤما فسيؤكدون أنه قبل القدرة على القراءة على الشاشة والاستفادة منها بأحسن وجه، يتعين أولا معرفة القراءة، وأن نضع المعلومات رهن إشارتنا، ونعرض المسافة النقدية، وكل الأشياء التي تحتاج إلى معرفة مسبقة. من أجل الاقتناع بأهمية القراءة الدقيقة والمتواصلة، يُذكِّر مارسيل بروست بهذه الملاحظة: «كل واحد منا يقوم بالتواصل بعقلية مغايرة، لكن بالبقاء وحيدا، بمعنى أن يستمر المرء في التمتع بالقدرة الفكرية التي لديه في العزلة التي يزيلها الحوار مباشرة، والاستمرار في أن تكون مصدر إلهام، ومواصلة العمل الجاد للعقل وللذات»[24]. وهذه المعرفة المتداخلة، ثمرة ممارسة للعقل طويلة المدى، يبدو أنها تتماشى مع القراءة التشعبية، وغالبا كأنها قراءة سطحية.

بالنسبة إلى المدافعين المتحمسين عن مزايا الرقمي، فهم يعتبرون بالعكس بأن ذلك الشكل من القراءة المتسرعة ينمي شيئا فشيئا الفضولَ العقلي،

واكتساب كفاءات جديدة وتنوع الاستعمالات، ولا يمكن على المدى الطويل إلا أن تجلب فوائد كبيرة[25]. كما لوحِظ ذلك من قِبل كريستيان فاندندورب Chrisian Vandendorpe[26]، إذ يمارَس حاليا اللف والدوران، ويبدو أن وسائل الإعلام الرقمية التي تعززه لم تكن دائما موضوعا لمثل هذا التشويه. ويشير الكاتب إلى صواب مونتينه Montaigne الذي كان يحب أن ينتقل داخل مكتبه «قفزا وهرولة(«à sauts et à gambades» (Essais, III, 9, «De la vanité»»، حيث كان يجد متعته في تصفح الكتب «بلا ترتيب ولا تصميم، كقطع مفككة sans ordre et sans dessein, à pièces décousues» (Essais, III, 3, «De trois commerces»»). لا شك أنه كان يتقن أحسن من بعض معاصرينا تلك القراءة «بالالتفاف والدوران في الحدود التي لا يصطدم فيها مع كثرة الوثائق في هذا العصر المتوافرة على الويب. لكن كريستيان فاندندورب يَعتبر أن القراء على الشاشة، الذين تعوَّدوا طريقتهم الخاصة، طوروا كفاءات عقلية جديدة تجعلهم أكثر حيوية، هذا ما أطلق عليه «قراءة عفوية Lecture ergative»، وهذه الأخيرة من شأنها أن تنشئ نصا جديدا (بالتعليق، والحوار، ودحض النص المقروء) وترك أثر على مروره (بالتسطير، وتزكية مقطع). فالقارئ بهذا الإحساس يصبح منتجا فعليا يقوم بتجديد وإغناء فعل القراءة.

هناك العديد من المتخصصين في القراءة الرقمية يقولون بوجود بعض الأخطار كألان جيفارAlain Giffard[27]، كمخاطرة التقارب بين درجة تنفيذ فعل القراءة، وشكل الانتباه المتحرك وشكل القراءة الفعلية. في الواقع وفي إطار القراءة الكلاسيكية فإن الكتاب يكون منذ البداية متوافرا في تفرده وشموليته، في حين أنه على الويب يتعين أولا القيام بالبحث والإبحار من أجل الوصول إلى المضامين المهمة. وبالتالي، على الشاشة، يتعين استعمال سرعات متعددة في القراءة (من المرور بنظرة سريعة إلى التوقف مليا حول الروابط)، وتقليص الحمولة المعرفية لبيئة إعلامية متعددة المهام، حتى تكون ناجعة. وفي النهاية فإن من الضروري الربط بين القراءة والتفكير، والقراءة وفهم النصوص. في هذه المرحلة يرى ألان جيفار أنه يتعين التفكير بخصوص «القراءات الاصطناعية» لأن القراءة الرقمية تتموقع حاليا بشكل متزايد في تقاطع الصناعات في مجال المواصلات السلكية واللاسلكية، والصناعات ذات المضامين والصناعات التسويقية.

وبعبارة أخرى، لا يمكن الاكتفاء بالتركيز على تحليل خصائص القراءة الرقمية فقط. يتعين الأخذ بعين الاعتبار البيئة الاقتصادية، وفك تشفير استراتيجيات لفت الانتباه التي تقترح الإعلان الهادف والمشخص، مع آليات التوصية التي تشير مثلا إلى تسهيل القراءة أكثر مما تحاول لفت الانتباه. في هذا الاتجاه فإن القراءة الاصطناعية التي يكرسها الويب هي (لا قراءة) لأنها لا تتيح حقا مزج القراءة lectio والتأمل meditio، لأنها تدخل في تعارض مع توقيت القراءة، تلك المتعلقة بالبطء الذي يطغى على الفهم. فقوة الكتاب الكلاسيكي تتجلى بالتحديد في القدرة على إثارة النسيان باعتباره وسيلة إعلامية حتى نركز على محتوى القراءة، في حين أن الإنترنت تدفعنا باستمرار إلى الانتباه للوسيلة الإعلامية ذاتها، مما يدفع إلى حل سلسلة من الممارسات التقنية أو الرجوع نحو الشرائط الإعلانية، والتحذيرات بكل أصنافها[28].

مستقبل الكتاب

في هذا السياق، كيف سيكون مستقبل الكتاب والقراءة؟ السيناريو الأكثر مواجهة يتعلق بالتفكير في أن القراءة على الشاشة ستستمر في التطور مع استبدال تدريجي للقراءة المطبوعة: وهذه الأخيرة ستصبح مكونا من بين مكونات أخرى للثقافة على الشاشة والتي ربما ستهمش الثقافة المكتوبة. يبدو أن الشبان أظهروا باكرا الطريق في هذا الميدان مادامت لهم علاقة مفككة بالكتاب. فجيل الإنترنت لم يعد يولي أهمية للقراءة الفردانية لمؤلف في لحظة محددة، بل يمارس القراءة المتعددة الأشكال في إطار طرق المصادقة الأكثر تنوعا. فالقراءة لا يمكنها إذن أن تختزل في الكتاب المطبوع وحده والذي لم يعد اليوم إلا إحدى طرق القراءة. فممارسات القراءة ستصبح متعددة ومبعثرة، وستبتعد بشكل متزايد عن الطريقة الشرعية للمدرسة التقليدية.

ولا شك أن من المناسب تجاوز سجل الرثاء وبلاغة الخسارة - موضوع نسمع عنه باستمرار - والوعي بأن الثقافة المطبوعة كانت في الواقع مخلخلة بشكل قوي في فرنسا، وذلك قبل الظهور المكثف للرقمي. والتراجع المستمر في قراءة الكتب كان سباقا لاختراق الإنترنت، وقد تأكد ذلك من خلال الأبحاث الدورية التي أُنجزت تحت رعاية وزارة الثقافة، في الفترة الممتدة ما بين العامين 1973 و2008[29]. ولقد

بدأ ذلك منذ بداية ستينيات القرن الماضي، لاسيما تحت تأثير ازدياد عرض أوقات الاستجمام وبروز التلفاز، ثم صعد ذلك، حقيقة، خلال السنوات 1990 - 2000 بعد انتشار الحاسوب والإنترنت.

وبشكل متناقض نحن نعيش في مجتمع لم يقرأ ولم يكتب كثيرا قط[30]. فأزمة المطبوع يجب ألا تقارن بأزمة الكتابة؛ وتراجع الكتاب يجب عدم تشبيهه بتراجع القراءة. بالتأكيد فمن الممكن التعرض للإهانة مع ذلك «الاستعمار الرقمي»[31] الذي يفرض قانونه أكثر فأكثر، وطلب الرجوع إلى القراءة المعمقة، وإلى المحافظة على الكتاب الورقي الذي سيبقى من دون شك غير متجاوز من حيث ترتيب الحلم والتصور[32]: فالحركة الجارية تبدو بلا رجعة.

تتضاعف التحذيرات وتترجم في الحاضر نقاشات حول الحفاظ على قطاع الكتاب، وعلى دور الناشرين، والدفاع عن المكتبات التقليدية والمكتبات التي تسجل في ذلك المناخ القلق الواضح أمام الصعود القوي للرقمي. ولن نخوض هنا في التفاصيل لتحليل التحولات في مختلف القطاعات: سنكتفي برسم بعض الملاحظات من أجل الإشارة إلى الرهانات الأساسية.

من جهة الناشرين، لا بد من الإشارة إلى الفرص الهائلة التي تتيحها التكنولوجيات الرقمية، وبالأخص مع وضع لائحة عبر الشبكة، واقتراح المعلومات التكميلية (حوار مع الكاتب، وملفات صحافية، وبيوغرافيا حديثة...) أو الطبع من بعد تحت الطلب، لكن تتعين الإشارة إلى مسألة خطر «فقدان ذكاء» عملية القراءة[33]، واستيعاب عمل الناشر بفهرسة بسيطة للكتب المعنية في مكان ومجال إنشاء المشروع المهيأ بعناية. وتثير الإنترنت في هذا القطاع الكثير من المشكلات: ما يتعلق بازدهار المبيعات من بعد بشكل متزايد من طرف عمالقة العالم في مجال التجارة الإلكترونية (مثل أمازون التي تركز على كل سلسلة منتجة في قطاع الكتاب باستعمال إستراتيجية عدوانية قوية)؛ وذلك بخصوص تنظيم السوق من خلال تحديد ثمن عرض الكتب الرقمية؛ وما يتعلق بالشروط العقدية بين الناشرين (مكافأة الكتّاب)، وما يتعلق بحقوق المؤلف... إلخ[34]. فهناك أحد التهديدات الأكثر جدية للناشرين، لعلها منافسة الكتاب الإلكتروني (على الألواح أو القارئات) التي أصبحت شائعة في الولايات المتحدة، لكن مازالت حتى الآن محتشمة في فرنسا. ومع ذلك لا شيء يؤكد خلال

السنوات المقبلة عدم إمكانها أن تزعزع بشدة انتشار الكتاب الورقي. فهل نحن نتجه نحو رقمنة الكتب المنشورة ورقيا، أو نحو ازدهار قطاع رقمي حقيقي[35] مع طرق جديدة من حيث الاختيار والتعبير والانتشار والقراءة؟

وفي ما يخص المكتبات les librairies، فالمسألة تتعلق بتحريك الدفاع عن المهنة؛ لأن الرقمي يُغيِّر في طريقة وصول الجمهور إلى الكتاب. ويمكن أن يختفي مع الزمن، خصوصا مع نجاح التجارة من بعد، فالمكتبات الصغيرة والمتوسطة المستقلة قد تختفي مستقبلا. لماذا الاستمرار في الذهاب إلى المكتبات «الواقعية» في حين أن هناك مكتبات «افتراضية» تمنح أشكالا متعددة لا متناهية من المؤلفات مع إمكانية الشراء المباشر؟ فبقاء القطاع يتطلب من دون شك بالنسبة إلى المكتبات أن تزيد من قدرتها على التحسيس والنصح والتوصيات؛ وأن تعمل على زيادة قدرة انتعاشها وولائها لمجموعة القراء، وأن تجعل من المكتبات فضاء حميما جذابا، لاسيما بالنسبة إلى فئة الشباب. ويمكن بالتالي أن تركز على البيع من بعد للكتاب الورقي بالتجميع عبر خلق الشبكة. لكن يبدو أن المستقبل غير واضح؛ والفرق بين تطور ممارسات الشراء من بعد والشراء المباشر في المكتبات التقليدية يضيق. وفي فرنسا في الوقت الراهن، كما يؤكد فانسان شابو Vincent Chabault[36] سيبقى الكتاب في السوق، لكن إلى أي مدى؟

أما من جهة المكتبات العمومية، فالتأمل ينصب ليس فقط على اختفائها بل على التدابير الجديدة من أجل الحفاظ عليها والاستمرار في خدمة القراءة، بوصفها تراثا يتعين الحفاظ عليه لتستمر في مهامها أكثر من أي وقت مضى: وينبغي في الواقع الحفاظ على الكتب والمطبوعات على اختلافها، لأنها تشكل وعاء حاملا للذاكرة. وباعتبارها مواقع للحفاظ على التراث، فإن المكتبات العمومية تُعتبَر كذلك أمكنة للمطالعة وإعارة الكتب. بيد أن إتاحة الكتب بالمجان (أو تقريبا كذلك) لأكبر عدد من الناس يبدو أمرا ينفلت من يدها شيئا فشيئا تحت تأثير الرقمنة في الوقت الراهن.

لقد بُذل كثير من الجهد من أجل التكيف مع طلب الجمهور، وذلك بتكثيف دور التوجيه ونصح المهنيين في المجال، بدمج وسائل جديدة في التواصل (شاشات، وألواح رقمية...) في القاعات. وبالتالي تحققت السيطرة على أرشيف الويب في

سياق عالمي، على أقل تقدير، زاخر بالأحداث. ومشروع الكتاب الرقمي الذي أُرسي من طرف غوغل في العامين 2004 - 2005 من أجل إنشاء مكتبة رقمية عالمية أثار جدلا كبيرا في فرنسا بخصوص مزايا ومساوئ تلك المبادرة[37]. فأخطار انتهاك حقوق الملكية والخوف من هيمنة غوغل على ثقافة الكتاب (الأرشيف الرقمي) قادت الجهات العمومية وبعض المسؤولين الكبار في المجال المهني للقيام برد الفعل من أجل خلق توازن أمام هيمنة العملاق الأمريكي حيث كانت توجهاته التجارية واضحة. ومع منافسة المكتبات الافتراضية، فإن المكتبات الواقعية ستدخل بدورها في مرحلة تحول عميقة.

اكتساب المعارف والمعلومات

إن التحولات التي تؤثر في عالم الكتابة والقراءة لا تقتصر على عالم الكتاب، على هذا النحو، ولكن أيضا وبشكل عام على مسألة علاقتنا بالمعارف والمعلومات. ألا يؤثر الرقمي أيضا في قدراتنا في الانتباه والتركيز؟ أليس مصدرا للقدرات المعرفية التي تفتح الطريق لثقافة المرونة والتكيف؟ بعد الاطلاع على التقييمات التي حققها بعض الباحثين في العلوم الإنسانية والاجتماعية، سنتحول نحو المختصين في مجال علم النفس التنموي psychologie de développement، وفي العلوم المعرفية sciences cognitives أو علم الأعصاب neurosciences من أجل فحص ما إذا كان الباحثون يؤكدون أولا على بعض الملاحظات التي سبق ذكرها.

هل يتعلق الأمر بتشتت الانتباه؟

قبل الرجوع إلى ذلك، نتوقف لحظة مع تحليل العالم اللغوي الإيطالي رفائيل سيمون Raffaele Simone الذي يركز على تحليل الروابط التي تحدث خلال تاريخ البشرية بين مختلف الحواس والذكاء، مدعما قوله بأننا حاليا أمام ظهور نظام جديد من الحواس. ويقول إننا كنا سنمر، في القرن العشرين، بحالة حيث لا تكتسب المعلومات إلا عن طريق الكتابة والكتاب من خلال الذكاء المتعاقب l'intelligence séquentielle الذي يظهر بواسطة العين والرؤية الحروفية، في وضعية يكون فيها من يستقبلها عبر الذكاء مباشرة، بمعنى آخر بالسمع والرؤية غير الحروفية (التي

تتطلب النظر في لحظة واحدة). فالذكاء المتعاقب في الواقع يتسم بقدرة المرء على متابعة النص الذي يمر أمام عينيه مع ترميز الأفكار بشكل مسترسل. وذلك هو جوهر الكتابة والقراءة التقليدية (النص الذي نقرأ). والذكاء الموازي من جهته يقوم بالقدرة على تحليل العديد من المعلومات في الوقت نفسه من دون إمكانية أن يضع بينها أي ترتيب، أو تتابع أو تسلسل. فهذا هو جوهر رؤية لوحة ما أو مشاهدة الصور أو حتى أحد الفيديوهات (النص الذي نشاهد). وبخطّية شكل معرفي la linéarité d'une modalité de connaissance راسخ في التقاليد منذ قرون ستكون بالتالي متبوعة بتزامن بالمحفزات السمعية والبصرية[38].

من خلال هذه التفسيرات التي ترتكز على دراسة القنوات الحسية التي بواسطتها تتكون المعرفة، يستنتج سيمون بعض الجوانب التي خلفت صدى عما طرحناه سابقا بخصوص القراءة. ومع الإقرار بأن الرؤية هي أكثر نجاعةً من القراءة، يمكن استنتاج أن الاستعمال المكثف للحاسوب والإنترنت يتطلب الصبر والانقطاع، بخلاف القراءة التقليدية التي تتطلب البطء والعزلة والهدوء. ستكون هناك مع أشياء رقمية جديدة من حيث التقليص في التركيز وشكل جديد متفرد للوصول إلى المعطيات والمعلومات التي تشجع - وفق قوله - تفكك المعلومات، بروز «معرفة مفككة» بتعارض «معرفة نظامية» ترتكز على هيكلة مدعمة، متسلسلة ومرتبة: «النظام الذي يحفظه عن ظهر قلب ألمبير يتم تعويضه بالترقيع[39]».

نجد هذا الطرح بشكل أكثر أو أقل قربا لدى العديد من الباحثين (علماء النفس، وعلماء الأعصاب) الذين يهتمون بوظيفة دماغنا وتغيرات قدراتنا على الانتباه في العصر الرقمي. في كتابه الإنترنت يسبب الغباء؟ «Internet rend il bête?» الذي ترك صدى قويا عند صدوره في الولايات المتحدة في العام 2010، يؤكد الكاتب والمعلق الأمريكي نيكولا كار Nicholas Carr أن «النت لا تجذب انتباهنا إلا من أجل تشتيته[...]، وترجعنا إلى حالة تتأصل باللاتركز من أسفل، مع إعطاء تسلية أكثر من التي لم يقم أسلافنا قط بمحاربتها»[40]. إنه يراكم الإحالات مع أعمال علمية تبين أن الإبحار على الشبكة يشجع التعلم والعديد من التحفيزات الحسية العابرة بدرجة أكبر أو أقل والتي يكون دماغنا موضوعها. ويُذكَر في هذا الموضوع بحث أجراه عالم النفس غاري سمول (Gary) Small، الذي درس الآثار النفسية

والعصبية لاستعمال وسائل الاتصال الرقمية. والملاحظات التي أثيرت من طرف هذا الأخير توحي بأن الاستعمال المطرد والمكثف للإنترنت يغير من وظيفة دماغنا: نشاط الجزء الأمامي الأيسر للدماغ يكون نشيطا لدى المتصفحين للإنترنت النابهين، في حين أنه يبقى ضعيفا لدى المرتادين الجدد.

في السجل نفسه، يمكن أيضا الارتكاز على وجهة نظر ن. كاترين هايلس N. Katherine Hayles[41]، خلافا لـ «الانتباه العميق» الذي يتجاهل التحفيزات الخارجية، ويُركز على مصدر واحد للمعلومة ويسجل على المدى الطويل، ما يسمى «الانتباه المفرط» الذي يرتكز من جهته على التغييرات المستمرة لتركيز الانتباه، حول البحث عن المصادر الإعلامية المختلفة وعلى تسامح ضعيف مع الملل. مع ازدهار الإنترنت ستوضع بالتالي الشكوك حول قدراتنا على الحفاظ على الانتباه حول نص أو وثيقة، وفي المناسبة نفسها تعزز التصرف المتعدد المهام، بمعنى القدرة على وضع العديد من العمليات في الوقت نفسه مع إعطائنا كلّ واحدة منها انتباها جزئيا ومتذبذبا.

والدراسات التي أُجريت حديثا حول ممارسة القراءة سلطت الضوء على الموضوع بصورة واضحة؛ فقد أظهرت بشكل متناقض أن سرعة القراءة على الشاشة تتناقص على ما يبدو بنحو 25 في المائة، مقارنة بتلك التي توجد على الورق لأنها تتغير بشكل متزايد في مناطق الدماغ[42]. وكذلك تتطلب القراءة على الشاشة عملا إضافيا وتوظيفا مختلفا للدماغ. فأمام صفحة على الويب يتعين على المتصفح أن يبحث ويختار المعلومة التي تهمه، وأن يقوم بالاختيار، وأن يقرر بالضغط على الزر أو عدم القيام بذلك، من أجل متابعة القراءة. وقد يقع ضغط بسبب كثرة المعلومات المتوافرة. وهناك دراسة أجريت بمساعدة فن التصوير بالرنين المغناطيسي (IRM) تبين كذلك أن دماغنا ليس مهيأ حقا لتدبير العديد من المهام في الوقت نفسه. ويبدو أن كفاءتنا تنقص وتتقلص ابتداء من اللحظة التي نحاول فيها التركيز على مهمتين في اللحظة نفسها[43].

لكن استنادا إلى ما ذكره بعض الباحثين، فإن ممارسات الشبان الذين نشأوا مع العصر الرقمي وتقنيات التواصل الجديدة لا تدخل في هذا الإطار التفسيري. فهؤلاء الشبان سيكون في مقدورهم، عكس ما سبق، «تحليل كمية كبيرة من

المعلومات بفضل المرونة العقلية المتنامية»[44]، ومن ثم سيكون باستطاعتهم حتى تغيير استراتيجياتهم العقلية للتأقلم مع السياقات الجديدة، وصياغة طلبهم وتقييم المستندات المتاحة بشكل أفضل. هكذا نجد أن الكثير من الأبحاث مثلا أشارت إلى أن الممارسة المكثفة لألعاب الفيديو تحسن الكفاءات البصرية للأشخاص (التنسيق بأكبر سرعة بين العين واليد) وأن التبادلات المطردة على الشبكات الاجتماعية تسمح بنمو البنى الدماغية المتعلقة بالعلاقات الاجتماعية. والذين يتصفحون الإنترنت باطراد سيكونون إذن مرتاحين في تحديد وتقييم سريع لأجزاء المعلومة التي تأتي غالبا بطريقة متباينة. حسب بعض المختصين[45]، فإن القراءة التفاعلية التي تكلمنا عنها في السابق ستكون في نهاية المطاف ناجعة لتحفيز الدماغ، لتثير كثيرا من الفضول والروح النقدية، ولتؤكد على النتائج المقلقة التي أوردها نيكولا كار Nicholas Carr. ومن هذا المنظور يثير استعمال الإنترنت مجالا واسعا من الدوائر العصبية ويضاعف الارتباطات الممكنة.

ويشاطر جزئيا هذا الاستنتاج معدو تقرير أكاديمية العلوم حول تعرُّض الأطفال لأثر الشاشات[46]، والذي يبين أن باستطاعة الوسائل الرقمية تنمية القدرات العقلية بشرط أن يكون الاستعمال في حدود المعقول وأن يكون مناسبا. ووفق المختصين في علم النفس التنموي وتربية الأطفال كأوليفيي هودي Olivier Houdé[47]، فإن تكيف الدماغ البشري مع الشاشات ليس فيه أي شك. ووفقا لسن الطفل فإن استعمال الحاسوب، والألواح الرقمية والألعاب الإلكترونية يمكن أن يكون مفيدا بشكل ما. وبالنسبة إلى الأطفال الأكثر صغرا، أقل من سنتين مثلا، يبدو أن الاحتكاك بالألواح الرقمية التفاعلية وفي الوقت نفسه البصرية واللمسية قد يُسهم في تنمية عقل الرضيع، أكثر من سماع التلفاز. وهناك مثال آخر، لدى الأحداث ما بين 12 و18 عاما، قد تسهل التكنولوجيات الرقمية الحديثة المنطق الافتراضي التربوي. فألعاب الفيديو بصورة خاصة من شأنها أن تحسن قدرات الانتباه البصري - (تشخيص الأهداف، والمرونة، والانتباه اللحظي على أهداف متعددة... إلخ) - للأحداث. ومن ثم فإن الجدال لايزال قائما لأن التغيرات الجارية حديثة جدا بحيث يصعب التراجع إلى الوراء. ومن أجل ذلك فإن التشخيص سيظل قائما وقد تزداد الأخطار مع السنوات المقبلة.

إضعاف للذاكرة؟

وهذا سيؤدي إلى طرح سؤال آخر أكثر حساسية: هل تغير الإنترنت من ذاكرتنا؟ بعض الملاحظات تبدو حاليا صحيحة نتيجة الأعمال التي أنجزت بخصوص هذا الموضوع من طرف علماء النفس والباحثين في علم الأعصاب[48]. مثلا، مع العلم أن توافر معلومة على الويب يؤدي بنا في أحيان كثيرة إلى عدم تسجيلها في ذاكرتنا، لأننا نعي أننا سنجدها بمجرد الضغط على الزر. وهذه الاستعانة العقلية délestage cognitive، بمعنى اللجوء إلى شكل من الذاكرة المستعارة، الخارجة عن الدماغ، في حد ذاتها ليست مستجدا حقيقيا (المكتبات التقليدية والمكتبات المتعددة الاختصاصات تقوم بذلك بشكل ما)، لكن نطاق المعلومات الذي أضحى متاحا حاليا يتجاوز الحدود وصار شبه لا نهائي (كل شيء أصبح مخزنا في قرص مدمج، أو مفتاح «USB» أو على الشبكة في)السحابة)، «le cloud». لكن ذلك الوصول المباشر إلى تلك الوفرة في المعلومات لا يؤتي ثماره إلا بشرط أن نكون قادرين على الاستفادة منها، ثم أخذ بعض الوقت من أجل فهمها واستيعابها: ومن ثم ببطء ونضج تتبلور الفكرة.

ويُعتقد عموما أن البحث عن المعلومات على شبكة الإنترنت يجعل من الممكن تحسين حفظ موقع المعلومات من مضمونها الجوهري، المعزز بالاستخدام المكثف للتكنولوجيات الجديدة، وبالتالي تعزيز مجال الرؤية؛ بمعنى القدرة على تذكر المسارات المناسبة، وبالتالي التوجه نحو المجال. لكن إضافة إلى ذلك فإن الآراء تختلف حول هذه النقطة تحديدا. فوفق بعض المختصين في مجال علم النفس المعرفي[49]، فإن القراءة على الشاشة تزعزع الذاكرة من حيث المكان وتحرمنا بعضَ المعايير التي تأتي بها عادة الصفحة الورقية. والتجارب التي أجراها مختبر الاستعمالات في مجال تكنولوجيا الإعلام الرقمية (ليتان Lutin) Laboratoires des» «usages en technologies d'information numérique، تبين أن القراءة على الورق تُمكّن من لفت الانتباه بشكل أفضل. وبهذا المفهوم فإن الإبحار على الشاشة قد يؤدي إلى ارتباك في الذاكرة المكانية للنصوص[50].

على أي حال، فإن فك الرموز عن طريق النص التشعبي يثقل على ما يبدو حمولة المتصفح العقلية مما قد يضعف قدرات ذاكرته في فهم ما تتم قراءته.

فحاجة كل متصفح إلى أن يترقب المواقع، ووجود الروابط المهمة، والتحميل الزائد للدماغ، وبالخصوص ذاكرة العمل (أو الذاكرة على المدى القصير)، كل هذا يجعل مجال التخزين محدودا. يبدو أن الفهم ينقص مع ارتفاع حجم روابط النصوص التشعبية معْ وجود ارتباط «بين عدد الروابط والارتباك أو الحمولة الدماغية الزائدة»[51]. فلكل وظائف الويب على اختلافها، كما رأينا سابقا، قيمة معرفية لا يستهان بها وتؤثر في الطريقة التي نفهم بها المعطيات والمعلومات.

في حياتنا اليومية، هناك ما يمكن أن نطلق عليه الذاكرة الرقمية (الحجم الهائل لمصادر المعلومات والمعارف التي أصبحت رهن إشارتنا) - على العكس من الذاكرة الاعتيادية التي من أجل أن تعمل يتعين عليها أن تختار وترتب المعلومات - تبدأ بتجميع وأرشفة من دون تمييز حتى لا تؤدي إلى الاختناق بالمعلومات، والصور، والوثائق في الحواسيب. فلدينا إذن رهن إشارتنا حجم لا يستهان به من المعلومات التي يمكن معها القيام بالفرز وفق مختلف المعايير التي نعرفها بأنفسنا بواسطة التسجيل والتصوير والأرشفة الأقل لأفعالنا وأعمالنا، من دون أن يكون لدينا الوقت والإرادة لرؤيتها أو مراجعتها مرة أخرى. ومن المفارقة، كما تقول مونيك أتلان Monique Atlan وروجي بول Roger - Pol، أنه حين يكون كل شيء مخزنا ومرتبا، فإن المجتمع الذي هو مجتمعنا يبادر بتقييم للحاضر باستمرار، على الرغم من أن «فقدان الشهية تجاه تلك الجبال من الصور والنصوص يبدو في أوجه [...] في اللحظة التي يكون فيها المخزون متجها نحو اللانهاية فإن تصفحها مع الشعور بالحنين يتجه نحو الصفر»[52].

التكيف ومرونة الدماغ البشري

أظهرت الأبحاث الأخيرة حول وظيفة الدماغ البشري أن لهذا الأخير قدرات التأقلم والمرونة وفق الظروف واللحظة والتجارب المَعيشة من طرف كل منا، كما قال عالم النفس المعرفي استانسلاس ديهاين Stanislas Dehaene، «إن لدى ملامح عمليات الدماغ، بعيدا عن تشكيل حدود جامدة، طفرة من المرونة. وبإمكان وظائفها أن تقوم بالتغيير، وخصوصا حينما تستطيع الثقافات أن تلعب مع التعرض المبكر لدماغ الطفل للأشياء الثقافية[53]». إن الاتصالات المشبكية les connexions synaptiques والدوائر العصبية les circuits neuronaux، بحكم انتشار الوسائل

الحديثة في مجال الاتصالات، ستكون في كامل إعادة تشكيلها. وتكون مناطق الدماغ النشيطة خلال عملية القراءة على الويب مختلفة عن تلك التي تكون نشيطة خلال القراءة من الكتاب الورقي. في هذه الحالة الأخيرة، فإن مناطق الدماغ المرتبطة باللغة والذاكرة والتحليل البصري هي التي تكون مطلوبة، في حين أنه في الحالة الأولى، حالة القراءة من الشاشة، تكون المناطق المرتبطة بأخذ القرار وإعطاء الحلول للمسائل متحركة بشكل كبير[54].

ووفق بعض المختصين سيكون الدماغ تحت تأثير الرقمي في حالة تحول، دون شك، بالطريقة نفسها التي تغير فيها خلال العصور القديمة مع اختراع الحروف الأبجدية. سنكون في مرحلة تحول من «الدماغ التفاعلي» نحو «دماغ رقمي» باستطاعته أن يتكيف تدريجيا مع الوضع الجديد بفعل مرونته[55]. ومع ذلك فإن كلا من المعارف الإجرائية المكتسبة، والتعود بدرجات متفاوتة مع روابط النصوص التشعبية، والقدرات التي يطلق عليها «ما وراء المعرفة» (الوعي لدى الشخص لفهمه)[56]، ستظل أصولا في اكتساب الدراية والمعارف.

ويلاحَظ ذلك كلما طُرح السؤال التالي: «هل الإنترنت طريقتنا في اكتساب المعرفة والفكر؟» قد يصعب الرد على هذا التساؤل، لأنه يفرض بالضبط توافقا حول ماهية الفكر. أما بخصوص هذه النقطة فإن كل الفلاسفة وعلماء النفس وبقية العلماء يعطون دائما أجوبة مختلفة، وفي الواقع فإن طبيعة الفكر نفسها اليوم هي التي تتغير، لأن قواعد المنطق التي تهيكل منطقا ما لا تتغير، مثلها مثل طرق المعرفة والتفكر والعمل. ولا ننسى هنا ما قاله بالمناسبة فيليب ميريو **Philipe Mérieux** من أن المعرفة لا تتوقف على موقف عفوي والتي تتحدد في العلاقة بمعرفة ما سيقوم به عبر وسائل الإعلام أحد الخبراء، مدرسا أو مرشدا. ولا ننسى أبدا أن «الاكتشافات غير المتوقعة نفسها، في الارتداد غير المحتمل، لا يمكن استيعابها إلا في ضوء ما يتقنه المرء بالفعل وفي إطار رسمي يتيح اكتسابها. فالإنترنت لا تسمح بالتعلم، بل تتيح «معرفة أن...»[...] تخيُّل الإنترنت يفتح الباب أمام المعرفة، فذلك يعني جهل ما هي المعرفة»[57].

والمشكلة الأكثر تعقيدا التي نواجهها هي ذلك التصور الواضح للتغيرات التي ستقع على المدى الطويل، في حين أننا مازلنا في بدايات الظاهرة، وأننا نفتقر إلى منظور من أجل تقدير كل التغيرات الجارية.

الجزء الثالث:

علاقة أخرى مع الإعلام والسياسة

6

ثقافة المعلومة في الوقت الراهن: انعطاف في الاستخدامات؟

بدخولها الميدان العمومي وسط سنوات التسعينيات من القرن الماضي، خلال عقدين، غيّرت الإنترنت - بعمق - معالم وسائل الإعلام التقليدية، خصوصا مع ظهور فاعلين جدد في بلورة وانتشار المعلومة الإخبارية، ومن ثم فإنها خلخلت الممارسات المهنية للصحافيين أنفسهم، وغيرت جزئيا الطريقة التي يجري بها إخبار الجمهور؛ فكانت سببا في إعادة توزيع الأدوار بين المنتجين والمستهلكين لمواد الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية، في تغيير تدريجي لطرق اعتماد المعلومات وممارسات القراءة.

هذا التغيير في البيئة الإعلامية يتجلى حاليا في انتشار الوسائل التكنولوجية التي أصبحت

«المعلومات المغلوطة أو التي لا أساس لها سرعان ما يجري اكتشافها والإبلاغ عنها، لكن آثار ذلك الاستنكار تبقى عشوائية - إلى حد كبير - بحكم ضخامة الشبكة والتجديد المستمر لمحتواها»

في متناول الصحافيين، لكن أيضا لدى الجمهور. وخلال السنوات العشرين الماضية كان المرء يستمد الأخبار أساسا عن طريق الوكالات، والصحف، والراديو والتلفاز، أما حاليا فأصبح من المعتاد مضاعفة المصادر ووسائل الإعلام. لاحظ إيريك شيرير Eric Scherer، بهذا الخصوص: «أنه من الناحية العملية فكل ما يخلخل ويهيكل وسائل الإعلام والمهن الصحافية اليوم، لم يكن حاضرا خلال سنوات 2000: الربط بالإنترنت بتدفق عال، ومدونات، وبودكاست، وتدفق RSS، وغوغل وأخبار، وجيميل (Gmail)، ويوتيوب، وفيسبوك، وتويتر، وآيتونز (iTunes)، وعالم التطبيقات، والشاشات المسطحة HD، والواي فاي، وأدوات تحديد الأمكنة وتحديد المعطيات، والآيبود، والإنترنت المتنقلة، والهواتف الذكية، والآيفون والبلاك - بيري، والألواح، والآندرويد، والآيباد، وقارئات الأيبوك، والستريمنغ فيديو، والتلفاز عبر الربط... »[1]. أما لائحة الوسائل والبرمجيات والتطبيقات فلا يمكن حصرها، وستكون طويلة في السنوات المقبلة، وهذا دليل على الخلخلة الجارية في عالم الولوج إلى المعلومة، وفي طرق القراءة، والسمع والرؤية لتلك المعلومة. ومن دون الدخول في خطاب كلاسيكي يؤدي بنا إلى الحتمية التكنولوجية، يتعين الإحاطة علما بروعة انتشار تلك الوسائل التقنية التي أصبحت في متناول العاملين في الإعلام وأيضا لدى الجمهور، ومن ورائها يختفي في الواقع تحول ثقافي أكثر جوهرية.

بيئة إعلامية جديدة

قبل البحث في طرق الإنتاج الإعلامي الجديدة، يتعين المرور سريعا على دراسة السياق الاقتصادي، حيث تفرض وسائل إنتاج الإعلام اليوم نفسها؛ فتلك الوسائل، ويتعين التذكير بذلك، التي تشكل جزءا لا يتجزأ من الصناعة الثقافية (قطاع السمعي البصري، والسينما، والصحافة، والنشر والموسيقى المسجلة)، وصناعات وسائل التواصل (شبكات التواصل، والإعلاميات، والويب)، تجمع المؤسسات ذات الصبغة الوطنية، وأيضا الدولية، حيث يكون الهدف الأول هو غزو أسواق جديدة. وهذه الطبيعة التنافسية المتزايدة[2] تعزز التطور المتزايد لتركيز وسائل الإعلام (اقتناء المؤسسات من طرف مجموعات مالية والبحث عن أكبر الأرباح)، وبالتالي فرض رقابة تدبيرية على تلك المؤسسات الإعلامية تدفعها إلى عقلنة المضامين، والاستعانة جزئيا

بمصادر خارجية من أجل بعض المهام، والتي تعتمد على استراتيجيات التسويق من أجل تعزيز المعلومة لدى العموم.

فالمنطق الاقتصادي والمالي القائم اليوم قد تقوى بشكل كبير في السنوات الأخيرة، حيث أدى ذلك إلى آثار كبيرة في شروط عمل الصحافيين، بسبب سلطة الإعلان والمعلنين المتزايدة؛ فالبحث المحموم عن السبق الصحافي، والإخراج الإعلامي المنتظم، وصدارة المباشر، وازدهار الإعلام المتواصل وسيادة السرعة (اقتصاد الضغط على الزر والرابط l'économie du clic et du lien) كلها دلائل على تغيير الوتيرة والمضمون في إنتاج المعلومة لدى هيئات التحرير. وهذا السياق الجديد أدى بالباحث إنياسيو راموني Ignacio Ramonet إلى القول إنه «من قبل، كانت وسائل الإعلام والمؤسسات الثقافية الكبيرة تبيع المعلومة وبرامج التسلية للمواطنين، أما الآن فتُفضل أن تبيع المستهلكين (القراء، والمستمعين، والجمهور، ومتصفحي الإنترنت، والمدونين، والمغردين...) للمعلنين»[3].

التغيير الجوهري الآخر الذي أصاب طرق التصنيع الإعلامي هو وجود فاعلين جدد للويب، حيث تؤثر الإستراتيجيات بشكل قوي في المضمون، وفي انتشار الأخبار. في البدء كانت هناك كتابات اعتيادية من شأنها أن تفرز وتختار المختصرات الإخبارية للوكالات. وفي الواقع جرى إنشاء بوابات (مرتبطة أو غير مرتبطة ليس بالقائمين على تمكين الوصول fournisseurs d'accès) ومجمِّعين يؤدون أيضا دور روابط الوكالات الإخبارية من كل لون.

وتلك البوابات، كما يشير جان - ماري شارون Jean-Marie Charon[4]، هي النقاط الرئيسية للوصول إلى مختلف الخدمات والمضامين إلى المتصفحين؛ فكل من شركة أورانج Orange وشركة ياهو Yahoo تعمل على جذب أكبر عدد من الزوار، ولا تُقترح الأخبار اللحظية فقط، بل التوقعات الجوية أيضا، والخدمات العملية، والألعاب... إلخ. إنهم ينافسون بالطبع المواقع عبر الشبكة من طرف وسائل الإعلام الكبرى التقليدية، مثل موقع صحيفة «لوفيغارو» lefigaro.fr؛ لأن قراءة المقالات تكون دائما جد قصيرة وسهلة وسريعة. أما المجمعون فلهم دور تحليل طلبات المتصفحين في البحث عن المعلومة أو الخدمة الخاصة، ويوجهون المتصفحين نحو المواقع التي تجيب مبدئيا عن طلباتهم. أما غوغل، ذلك المحرك القوي جدا، فإنه

يجسد، في العالم الغربي على الأقل، المجمع المرجعي للأخبار بامتياز، وسبق أن تحدثنا عن أهميته في عملية الوصول إلى الأخبار.

وبالفعل فقد أصبح في إمكان الجماهير اليوم - عبر الويب - استعمال بوابتين من أجل قراءة الأخبار اليومية: من جهة، هناك بوابة خاصة بناشري الأخبار عبر الشبكة المعروفين بشركات تعمل عبر الإنترنت pure players، مثل مواقع: ميديابار Médiapart، وهوفينغتن Huffington، وشارع Rue 89, Slate 89، وأري سير إيماج Arretsurimage، وبوست Post، وأتلنتيكو Atlantico، مهمتها اقتراح أخبار بديلة. من جهة ثانية، هناك تلك البوابة المتعلقة بـ «وسطاء المعلومات» les infomédiaires[5]، وبعبارة أخرى مجموعة البوابات والمجمعين. وفي هذا المضمار حيث تكون التنافسية كبيرة، فإن وسطاء المعلومات يكونون في وضعية هيمنة بحكم وزنهم الاقتصادي، وخبرتهم التكنولوجية التي لا تضاهى، وقدراتهم الخلاقة. وفي إطار العلاقة غير المتماثلة بين وسائل الإعلام التقليدية عبر الخط ووسطاء الإعلام، لا بد من ملاحظة الاصطدام بالخصوص بين ناشري الصحافة الفرنسية وغوغل، خصوصا بكون المقاولة الأمريكية التي تتوافر بطريقتها الخاصة على مضامين مواقع الأخبار، لا تعطي اعتبارا لذوي الحقوق (شرط استعادة وإعارة المضامين، ومشكلة مكافأة أصحاب الحقوق...) وحكمُ دانيال كورني Daniel Cornu، في هذا الصدد، يوضح ذلك: يعتبر «المُجمّع» L'Agrégateur طفيليا: «إنه يعيش من نشاط المزودين للمضامين، ومن بينهم ناشرو الصحف الإلكترونية، من دون الوفاء بأدنى تعويض. لكنه طفيلي نافع، بحيث إنه يرسل إليهم المتصفحين الباحثين عن الأخبار أو الخدمات»[6].

وهناك مخادع آخر بدأ يحشر أنفه في المعركة: ويتعلق الأمر بالشبكات الاجتماعية نفسها. وفي الواقع فإن فيسبوك فرض نفسه تدريجيا، خصوصا لدى الشباب، كإحدى طرق الوصول المفضلة للمواقع الإخبارية الإلكترونية. وهناك جزء لا يستهان به من المتصفحين يبحث عن الأخبار عبر الويب. ليس فقط الذهاب مباشرة إلى الصفحة الأولى في الجريدة الإلكترونية، أو استعمال البوابة أو المجمع، بل بالدردشة مع الأصدقاء على الويب الاجتماعي. وعن طريق البحث عن الخبر عبر وسائل الإعلام الإلكترونية جرى جلب مجموعات من المتصفحين والاحتفاظ بكل الوسائل على مجموعات «المعجبين» بغية توسيع دائرة الاستماع والحفاظ عليها.

ويشكل انتشار ناقلي المعلومة المستقلين (غير المرتبطين بإحدى المؤسسات الإعلامية أو أحد المجمعين) بوصفه آخر تغيير في حجم المشهد الإعلامي؛ فالجمهور العام - في الواقع - أصبح في مقدوره أن يقترح بنفسه أخباره الخاصة وتعليقاته ويضعها على الخط؛ فالأشخاص بمشاهدتهم لحدث ما (كارثة طبيعية، أو عملية إرهابية، أو احتفالات بكل أنواعها) يستطيعون التقاط صور وفيديوهات بواسطة الهواتف الذكية وإرسالها مباشرة على الشبكات الاجتماعية، أو توجيهها للمؤسسات الإعلامية الكبرى. وبعض الهواة يتقدمون أو ينافسون بشكل ما المختصين في الإعلام من دون أخذ الوقت لفرز المعلومة أو اختيارها. وفي استطاعتهم أيضا تزويد الصحافيين بأخبار غير منشورة بفضل خبرتهم، واقتراح أفكار تحقيق صحافي، ومشاركتهم في وجهة نظرهم: وبذلك يتعاونون منذ تلك اللحظة على إنتاج الأخبار. أما تلك المواقع التشاركية، على العكس من الشبكات الاجتماعية، فتكون تحت يد فريق صحافي مصغر من الصحافيين المحترفين الذين يقومون بعمل حقيقي في النشر وتصميم مساهمات الهواة. ويشكل موقع أومينيوز OhmynNews المثال الأكثر شهرة لموقع تشاركي، وقد أُنشئ في العام 2000 في كوريا الجنوبية، وهو ينطلق من مبدأ أن كل مواطن يعتبر صحافيا محتملا. يجري تحرير الجريدة الإلكترونية معا من طرف المهنيين (نحو 20 في المائة من المقالات) والهواة (نحو 80 في المائة). وفي فرنسا يندرج موقع أغورافوكس Agoravox في الاتجاه نفسه، لكن بنجاح أقل. وستتاح لنا فرصة الرجوع لما يطلق عليه «الصحافة التشاركية» التي تشكل - في الوقت نفسه - إسهاما مهما في إعداد المعلومة، وشكلا من المنافسة غير المسبوقة للصحافيين.

لقد أصبح في إمكان المتصفحين للإنترنت، كذلك، إنشاء مدوناتهم blogs الشخصية وإدراج الأخبار اللحظية؛ فانتشار المدونات خلال سنوات 2000 (اليوم أصبح ذلك أقل) أثار وعيا بوجود أشكال متنوعة من التعبير الممكنة من طرف الجمهور: مدونات متخصصة، ومدونات خاصة بالتحليلات والتعليقات، ينشرها صحافيون أو هواة نابهون، شكلوا ومازالوا يشكلون مصادر ثمينة من أجل تحسين جودة الأخبار (في ميدان القانون، المدونة التي يشرف عليها الأستاذ إيولاس Eolas، وفي ميدان الأدب تعتبر مدونة بيار أسولين Pierre Assouline مرجعا ومصدرا

لرجاحة الرأي). بالتأكيد فإن وضع الأخبار تحت يد فاعلين في المجتمع المدني لممارسة العمل الصحافي بعيد كل البعد عن تلبية حماس دان جيلمور Dan Gillmor الذي يقول إن كل شخص منا يعتبر وسيلة إعلام محتملة[7]. وفي كثير من الأحيان نجد أن الهواة يعلقون على الأخبار بنظرة ضيقة تفتقر إلى الدقة، ويعبرون عن التحيز ويعززون شكلا من الإعلام الناشط أو الملتزم[8]؛ فانتشار الممارسات الذاتية على الويب يبين - في كل الأحوال - أن الحدود بين الصحافيين المحترفين والجمهور المساهم أصبحت مخترقة بشكل متزايد.

الصحافة الرقمية

يبدو أن الصحافيين أصبحوا تحت رحمة الكماشة بين السياق الاقتصادي والمالي المقلق، والخلخلة التكنولوجية الكبرى لتلك السنوات وطرق التصديق الجديدة على المعلومة من طرف الجمهور؛ فهذه حالة غير مسبوقة تخلخل المهنة، وتحتم على الصحافيين التكيف بسرعة[9]، وسنحاول هنا تحديد تلك الرهانات الأساسية.

صحافة في مواجهة وفرة إعلامية

من أجل الحصول على الأخبار كان الصحافيون في السابق، من أجل تغطية الأحداث في عين المكان، يستعملون البرقيات ووسائل إعلام تقليدية ودفترا للعناوين، أما اليوم فقد أصبحوا يواجهون زخما من الأخبار من كل الاتجاهات. وهنا نرجع أولا إلى تأثير المراسلين المتزايد، الذين يحاولون سبق انتظارات الصحافيين الذين لا يستطيعون في الغالب تجاوز فخ استراتيجياتهم في الإغراء والتريث اللازم حيال الملفات الصحافية المختارة بشكل خاص[10]. وفي الواقع أصبح من الصعب الهروب من الخطابات المعدة تماشيا مع الصحف المتلفزة عند الساعة الثامنة مساء، من «صياغة اللغة» التي يجري تمريرها لرجال السياسة ورجال الأعمال من قِبل المستشارين في مجال التواصل، ومحاربة تأثير استراتيجيات الصورة.

سنلاحظ بالتالي أنه إذا كانت المقاربات التي تُمرَّر بذكاء من طرف بعض الشخصيات، وبشهادات بعض الممثلين، تشكل دائما بصورة واضحة ملح تلك المهنة، فإن كثيرا من المعلومات - في الواقع - تصل بتدفق مستمر إلى الصحافيين على شاشة

حاسوبهم أو لوحهم أو هاتفهم النقال، مما قد يؤدي إلى خفض حرية النشاط أو القدرة على التحقيق مع إعطاء أولية للاستيعاب السلبي للأخبار. وهم غارقون في الرسائل الإخبارية (اختلاف أساليب تلك التي تبثها وكالة الأنباء الفرنسية تماشيا مع الجمهور المستهدف، فتكون مدهشة بهذا الصدد)[11]، ونظام تدفق المعلومات flux RSS، والتعليقات المرسلة من المتصفحين، والفيديوهات على الشبكات الاجتماعية، والرسائل القصيرة عبر تويتر من طرف الأصدقاء أو القراء، أو SMS، والشرائط المتواصلة... إلخ. ويتعين بالتالي في أسرع وقت اختيار المصادر الأكثر مصداقية.

ومادة الصحافيين الأولية التي تقدم بشكل ما على طبق، تأخذ في بعض الأحيان حتى شكل مضمون افتتاحية حقيقية نتاج الأخبار المدرجة مسبقا عبر التعليقات والتحليلات؛ فرئيس تحرير موقع Johan Hufnagel ،Slate.fr يؤكد أن عمل زملائه في التحرير يتمثل جزئيا في مزج المستجدات التي قام بها آخرون والبحث عن أشكال جديدة من تمثلات الكتابة[12]. وبعض النقاشات التي تحدث بين الصحافيين عبر الشبكة، على تويتر مثلا، تتجاوز من جهتها أحيانا الانتماءات التحريرية، وتظهر أن تبادل الأخبار قد يتجاوز إطار المحررين الضيق، عن طريق الانضمام إلى شبكة تشاركية أكثر اتساعا. وأمام تلك الوفرة الإعلامية التي تواجه الصحافيين، وأمام تلك الوفرة في المصادر والروابط (البعض بدأ يصفها بـ «التخمة الإعلامية»)، يتعين عليهم أكثر من أي وقت مضى أن يفرزوا بدقة ويختاروا الأولويات، وذلك من دون تجاهل التأكد من مصداقية محاوريهم.

صحافة تجارية

الدور المتزايد الذي تؤديه متطلبات التسويق والبعد الصناعي لمهنة الصحافة يدفع الصحافيين إلى معالجة موضوعات دون غيرها، وفق تطلعات الجمهور، ومن ثم إعطاء الأولوية للموضوعات المثيرة. وبذلك تقوم صحافة تسويقية - وفق الطلب أكثر من العرض[13]، وهي تندرج في إطار أوسع بمنطق الأولويات من حيث عدد المتتبعين والربح المادي. ويتعين هنا البحث عن «الزبون الجيد» (والعبارة في حد ذاتها كمؤشر من أجل حوار على أمواج الراديو والتلفاز، والاعتماد على الدراما خلال بعض الأحداث، والذهاب لصيد الأخبار غير المسبوقة، وعدم

تجاهل الصور أو التعليقات التي تحصل على أعلى المشاهدات buzz عبر الإنترنت «إنها سيادة نُظِر/ قُرِئَ vu/lu التي تفرض التحقق باستمرار مما إذا كانت المقالات عبر الشبكة تعمل على جذب الجمهور أو إبعاد غير المرغوب فيه» وفق بيرنار بولي Bernard Poulet[14].

يستطيع الصحافيون بفضل الوسائل الدقيقة معرفة تصرفات المتصفحين، فيعرفون بكل سرعة كيف يتصرف الجمهور حول هذا المقال أو ذلك، وكيف يتعين التصرف تبعا لذلك في اللحظة الراهنة. ويقود البحث عن إرضاء المستعملين للويب إلى تفضيل الرؤية وتأثير بث المعلومة (اختيار بالمديح بشكل ما)، بغض النظر عن أهميتها أو أصالتها الجوهرية. فالتجانس المطرد للممارسات التي تنتج عنها يكرس بدوره شكلا من التقليد المعمم، ويؤدي إلى إنتاج معلومة تكون في الغالب متأرجحة وبقيمة مضافة ضعيفة، حيث يكون التغليف packaging، من أجل استعادة المصطلح القديم، أو على نحو أدق إخراج وتنميق الرسائل التي تحملها المضامين.

ومع ذلك توجد بؤر للمقاومة داخل ذلك الشكل من عدم التناسق المتزايد في ميدان الإعلام: بعض المواقع، مثل: Slate.fr Rue 89; Médiapart تدافع عن الرؤية الصحافية في الاستطلاع التي تجدد تحليل الحدث. فيجري التركيز على إعلام متحول، بعيد عن الإنتاج المسمى «التيار السائد» mainstream، حول علاقة أخرى من حيث الزمن، وحول تعاون متين مع الجمهور. وحتى لو أن النمط الاقتصادي لهذا الشكل من المواقع يبقى هشا، فإن علاقة نجاحه تجذب - بشكل متزايد - الجيل الجديد من الصحافيين. وبالتوازي مع ذلك، فقد طورت الويب منذ فترة صحافة المعلومات (data journalisme)، ومهمتها استخراج حجم الأرقام والإحصائيات المتوافرة من المعلومات ذات الصلة، والتي يمكن استيعابها من طرف أكبر عدد، وتقديمها بطريقة جذابة للجمهور بواسطة فن التصوير أو البطاقات التفاعلية. واستنادا إلى مبدأ أن رسما بيانيا واحدا يشكل 1000 كلمة، فإن هذه الطريقة في تحليل الخبر تغني من دون منازع العرض الصحافي الحالي.

وساهمت الويب كذلك، بفضل سهولة الوصول وسرعة التوظيف، في ازدهار ما يسمى «مراقبة الحقائق في الزمن الحالي» (Le fact checking). وبذلك يمكن أن ننتقي - بشكل كامل وفوري - ما يصدر عن بعض رجال السياسة في التلفاز،

ونراقب مصداقية أقوالهم. ويمكن أيضا الرجوع إلى متصفحي الإنترنت من أجل تأكيد أو تعزيز بعض أقوال شخصيات الشأن العام. ويكون التحقيق حينئذ في المتناول بمجرد لمسة زر.

ونذكر في النهاية أن الشبان المقبلين على المهنة أصبحوا يواجهون - بشكل متزايد - هشاشة وضعيتهم المهنية التي تؤثر - من دون شك - في الظروف المهنية، والتي أصبحت الهم المشترك لأغلبهم، بتوافر يد عاملة رخيصة. تبدو الظاهرة واضحة أيضا في مجال التحرير على الويب، حيث أصبح إيقاع العمل بالخصوص مكثفا، والمهام جد متكررة، إلى درجة أنه يمكن الحديث عن نشوء طبقة جديدة من الصحافيين: «العمال المهرة في الإعلام» Les OS de l'information.

صحافة متعددة الاختصاصات

من بين التغييرات التي لُوحظت منذ فترة بين المحررين أنفسهم، توسع شكل آخر من الصحافة هو «الصحافة الجالسة» journalism de desk التي يتلقى الصحافيون خلالها ويترقبون - بشكل متزايد - كمّا من الأخبار من دون الخروج من قاعة التحرير. ويجلسون أمام شاشاتهم وهواتفهم النقالة، ويشتغلون داخل «غرف العمل» open spaces التي تحافظ على الطابع التشاركي للقيام بالمهام. وإجراء تحقيقات في عين المكان يتطلب كثيرا من الوقت والمال: نظرا إلى الأزمة الاقتصادية التي عمت أخيرا، والتي مست العديد من المؤسسات الإعلامية. ويبدو أنه من الأجدر الاكتفاء بأخبار بأقل تكلفة (low cost) باستعادة المختصرات المتوافرة بوكالة الأنباء الفرنسية «فرانس برس»، وببعض الصحف المجانية والتعليق عليها، وعلى القنوات الإخبارية 24/ 24 ساعة أو في المجلات.

تقترن هذه الممارسات الروتينية، وفق فيليب ميرلان Philipe Merlan وليك شاتل Luc Chatel[15]، بطريقة «طيلورية» في صناعة الإعلام وتجزيء المهام مع مضاعفة المتدخلين في هذه العملية، وفق الباحثين، حيث يجري تمييع مفهوم المسؤولية الشخصية. وهناك بعض الملاحظين يؤكدون هذا الطابع الجماعي والتشاركي المتزايد في إنجاز العمل اليومي، خصوصا في الصحافة الإلكترونية التي تعمل على تشجيع وتكوين فرق صحافية مصغرة، لتشغيل

الصحافيين، والمبرمجين، ورؤساء أقسام الإعلان، والمتصفحين... إلخ. وقد يحدث أحيانا الخلط بين مضمون الافتتاحية وإشهار المنتوج. ويجري اللجوء - في كل الأحوال - إلى تجميع الصحافة «الورقية» والصحافة الإلكترونية، مع نجاحات متفاوتة؛ لأن اعتماد الثانية على الأولى يظل في الغالب قويا[16]، حتى مع دمجها وقيام هيئة لصحيفة فريدة تعدّ الأخبار المنشورة على وسائل الإعلام المختلفة (التقارب التقني والتحريري)؛ فهذه الرغبة في إزالة الحواجز، وذلك البحث في الممارسات المستعرضة يقترن بالتغيير من حيث الزمان: يتعين تجديد وتغيير المقالات باستمرار من أجل تتبع الأحداث، بما أن الوقت المخصص للمقالات أصبح أكثر ضيقا. وبمعنى آخر، فصحافة التجميع، والتعافي والانتعاش تأخذ شيئا فشيئا مكان صحافة التحقيق.

إن المرونة وتعدد الاختصاصات الوظيفية أصبحا من الضروريات في الوقت الراهن؛ فعلى بعض المواقع مثل «ميديابار» Mediapart، كما تشير كارولين داتشاري Caroline Datchary، فإن الصحافيين «يكونون مجتمعين في تسلسل هرمي من أجل تحقيق مهام تقليدية أكل عليها الدهر. ونجد أيضا أن الصحافيين أنفسهم ينشرون مقالاتهم عبر وسائل تقنية مع ناشر على الإنترنت. ويكونون بالتالي مطالبين بتعلم إبراز «أصوات»، وحتى الصورة، أو كذلك إنشاء خرائط تفاعلية أو سحاب من الرموز «(tags)»[17]. لقد شجع ازدهار الويب على خلق أشكال جديدة من الكتابة وتقديم الأخبار: المقالات القصيرة (باستثناء ما يخص «الكل على الإنترنت» les pure players، والعناوين التي تجري بلورتها، وروابط النصوص التشعبية، والفيديوهات التي يجري تداولها؛ فالجانب البصري للمواقع الإخبارية يكون حاسما في لفت انتباه القراء على الإنترنت. وهكذا فإن الممارسات - في هذا المجال - تبقى في الوقت الراهن أكثر تجانسا وتنوعا، على الأقل في فرنسا[18].

صحافة تفاعلية

في السابق لم يكن الصحافيون يهتمون باقتراحات ونقد الجمهور لهم، لكنهم اليوم مجبرون على أخذ رأيه والتحاور معه، وحتى التعاون معه. فعلاقة الصحافة/ الجمهور التي كانت في السابق عمودية تتجه الآن لتأخذ منحى أفقيا: لقد اضطر

المهنيون في الإعلام إلى أن يعترفوا بالمتعاملين معهم، وأخذهم بعين الاعتبار في الممارسة اليومية لمهنتهم[19].

لقد أصبح التفاعل بين الصحافيين والقراء، والمستمعين، والمشاهدين ومتصفحي الإنترنت، من الأولويات لدى الفاعلين؛ فيجري إحصاء رسائل القراء بعناية من قبل الصحف والبرامج، حيث يكون المستمع محل اهتمام، وجمهور التلفاز أصبح أيضا محل اهتمام؛ فيجري التعامل معه عبر الرسائل القصيرة أو الإلكترونية. ولكن هناك أيضا الإنترنت التي زعزعت المشهد مرة أخرى؛ فقد أرغمت الصحافيين على التفاعل مع النقد الذي أصبح لاذعا، وأصبحوا هم بدورهم عرضة له، كل ذلك برر اختياراتهم، خصوصا اعتماد أشكال أخرى في بث الأخبار. إن الرد على التعليقات، وإنشاء وتدبير المدونات، والحوار مع المتصفحين على الويب الذين يقيّمون باستمرار العمل، أصبحت حاليا ممارسة عادية.

وهذا الوجه الجديد من النشاط الصحافي قد يؤدي أيضا ببعض وسائل الإعلام إلى تشجيع ازدهار «الصحافة التنشيطية» community mannagers، حيث يكون نشاطها احتواء وتنشيط المنتديات، وحث المدونين - بشكل ما - على الحوار عبر الشبكات الاجتماعية؛ من أجل بناء جماعات رأي حول إنتاجاتهم. وقد يتعين انتظار تحديد أطروحات كالتي سبق الدفاع عنها من طرف غابريال تاردي Gabriel Tardee في كتابه «رأي الجمهور» (L'opinion et la foule-1901) الذي يتصور أن الصحافيين مثل مؤشر لإشاعة الموضوعات الحوارية وكشكل أسمنت اجتماعي باستطاعته خلق رأي عام؟ وعبر أداء الدور التنظيمي في الحوارات وتنشيط المنتديات، يبدو الصحافيون - في كل الأحوال - أنهم يجدون إحدى الوظائف الاجتماعية في المجال الصحافي: القدرة على إثارة الحوار الديموقراطي. لكن في المناسبة نفسها، فإن حدود المهنة التي أصبحت غامضة، تتراجع حينما تظهر أشكال من التوظيف على هوامش الصحافة والتواصل؛ فعلى مواقعها الإخبارية، تطور المؤسسات الإعلامية المجالات التفاعلية والتبادل الذي من شأنه أن يخلق صحافة الروابط؛ لأن عملية الأخبار لم تعد كافية: فيتعين باستمرار إثارة انتباه متصفحي الإنترنت. كما رأينا سابقا فإن المنافسة تكون أيضا أكثر حدة بخصوص مضمون الإعلام نفسه. وليس نادرا، كما أظهرت الأحداث الأخيرة (انتفاضات وثورات في تونس، ومصر، وليبيا...)

أن بعض الصور أو الفيديوهات الملتقطة من طرف الهواة تُسلّط الضوء - بشكل غير مسبوق - على الأحداث، وأن بعض الشهادات والمواقف المتداولة على فيسبوك تشكل مادة ثمينة للصحافيين، بشرط أن تكون محل تدقيق صارم. فهذا الشكل من الإنتاج المشترك للحدث، حيث يكون الجمهور مشاركا في إعداد المقالات والتحقيقات (الصحافية المسماة «تشاركية» أو «صحافة مواطنة»)، تزعزع المهنة التي لم تعد محتكرة للمعلومة. والثقة في الذكاء الاجتماعي وفي «فطنة الجمهور» التي تحدثنا عنها في أكثر من مناسبة[20]؛ فيجري الترويج لها من قِبل بعض الملاحظين الذين يتصورونها على أنها مصدر صحافي جديد. وفي مواجهة متاعب المهنة، وإعادة الاعتبار لاستقلاليتهم، يتعين على الصحافيين إعادة النظر في طريقة العمل، من أجل الحصول على قيمة مضافة بفضل نوعية التحليلات أو التعليقات، والصرامة في إجراءات التحقيق، ثم ترتيب الأولويات الإعلامية.

فالجمهور لا يكتفي - من جهته - بالمشاركة بشكل متزايد في إعداد المعلومة: إنه يغير بالتالي طريقته الاستهلاكية؛ فكل واحد أصبح حرا في قراءة أو سماع أو مشاهدة ما يحلو له، حيث يريد ومتى يريد. وكل شخص يوطد علاقته مع الحدث باستعماله مختلف الوسائل التكنولوجية الموضوعة تحت تصرفه، والبحث المتزايد عن المعلومة التي يمكن الوصول إليها مجانا، مع وضع التساؤلات التقليدية لكل عمل صحافي: أي معلومة يتعين بثها؟ أي معلومة يتعين تجاهلها أو حذفها؟ كيف يمكن تقييمها؟ أمام كل تلك التحديات الاقتصادية، التكنولوجية والثقافية، يتعين على الصحافيين – إذن - إثبات التفاعل والقدرة على التكيف، لكن أيضا الحيطة وأخذ المسافة، وإلا، ليس الاختفاء، بل السقوط في العتمة والتفاهة أو تبخيس المهنة. في هذه البيئة الرقمية الجديدة، فإن دورهم لم يعد فقط دور الربان، لكن دور المراقب الجوي؛ ليس فقط حمالا أو معدا (gatekeeper) بل مانح المعاني (sensemaker)[21]. إنها الدقة وترتيب الأولويات والمضامين الإعلامية التي يتعين الحكم عليها؛ لأن الرهانات الأساسية في الإعلام - في العصر الرقمي - أصبحت مرتبطة بصحة الأخبار التي تُبث بشكل متسرع على الويب. وهذه الأخيرة تعتبر كذلك، من دون شك، مزودة قوية للأخبار المغلوطة، مثل الإشاعات والأكاذيب، أو باختصار «المعلومات الخاطئة». يجري تحرير خطاب مجموعات الضغط أو الجماعات الطائفية، ويُستعمَل

متنفسا بالنسبة إلى كثير من الأشخاص الحريصين على إسماع استيائهم وسخطهم ضد الحكام والأقوياء. فالتعبير يكون دائما شديدا، والحقائق مشوهة، والحجج دائما واهية. هكذا بدأنا نلاحظ أطروحات تتعلق بهجوم 11 سبتمبر - بالولايات المتحدة - تنبعث من المواقع المثيرة للإشاعات، تنشر أخبارا خيالية عن الشخصيات العالمية من رجال السياسة أو الأعمال. وتُستعمَل الويب دائما كناقل للمعتقدات غير المنطقية، والأحكام المسبقة الواهية، وافتراءات خرقاء تشد دائما انتباه الجمهور الأكثر أو الأقل شكا، والذي يصبح بالتالي أكثر رؤية[22]؛ فالمعلومات المغلوطة أو التي لا أساس لها سرعان ما يجري اكتشافها والإبلاغ عنها، لكن آثار ذلك الاستنكار تبقى عشوائية - إلى حد كبير - بحكم ضخامة الشبكة والتجديد المستمر لمحتواها؛ فالسرعة التي تنتشر بها الأخبار الزائفة على الويب يتعين معها حث المتتبع على أن يكون متبصرا، ويجب على المهنيين في الإعلام مضاعفة الحيطة بشأن تلك الرسائل والصور والتسجيلات بكل أصنافها التي يجري تبادلها.

الممارسات الإعلامية لدى الجمهور

منذ أن أصبح الوصول إلى المعلومة على الويب مجانا بدأت تتضاعف التفاهة، بحيث أصبح عرض المضامين موسعا بشكل لافت، وأضحى من الممكن إطلاق فرضية مدى تنمية الممارسات الجديدة في استهلاك المعلومة. الملاحظ أنه حينما كانت الأبحاث جارية حول الإنتاج، ومضمون ونشر المعلومات يتوسع باستمرار، كانت الأبحاث المتعلقة باستقبالها - بمعنى الاستعمالات الاجتماعية للحدث - نادرة نسبيا، على الأقل في فرنسا. وقد يفسر ذلك بصعوبة القيام بأبحاث تجريبية تحتاج إلى ملاحظات دقيقة حول تصرفات الأشخاص في الحياة اليومية، وحوارات نوعية مطولة ومتكررة على عينات أكثر تمثيلا قدر الإمكان للتنوع السوسيو-ثقافي لمتتبعي الإعلام.

وكثيرا ما تجري الإشادة بتأثير التكنولوجيات الإعلامية الجديدة في المجتمع، بوضع سيناريوهات عن التحولات المقبلة؛ لكن من يعرف بالضبط الطريقة التي يجري بها التعامل مع المعلومة حاليا، والطريقة التي تُدبَّر بها العلاقة مع الصحافة أو الراديو أو التلفاز أو الإنترنت؟ ما الذي غيرته وسائل الإعلام في روتين التجارب لكل واحد منا أمام المادة الإعلامية (بمعنى الأخبار)؟ هل تعزز معرفة أفضل للأخبار،

هل تعطينا أفضل مفاتيح للفهم وتغير طرق تصرفنا في المجتمع؟ كثيرة هي الأسئلة التي بدأنا نبحث لها عن إجابات، حتى مع كوننا لانزال نبتعد عن فك تعقيد الاستعمالات الجديدة خلال تشكيلها.

الإنترنت بوصفها مصدرًا إعلاميًا مكملًا

أظهرت الملاحظات الأخيرة حول الممارسات المعلوماتيةles pratiques informationnelles لدى الفرنسيين، أن الأمر لا يتعلق بثورة أو تحول عميق في طرق الحصول على المعلومة، بل إعادة تشكيل تدريجي للاستعمالات في هذا المجال. ويتعين إذن التنظير حول بعض الأقوال التي كانت فيها مبالغة بشكل كبير من طرف بعض المهنيين في مجال التسويق والتواصل، حيث تكون الدراسات التحليلية غير متوازنة من الناحية الاجتماعية، وتتجاهل العلاقات المعقدة في اكتساب الوسائل الجديدة المرتبطة بالإعلام.

فإعادة التشكيل هذه، تترجم بتوسع - لا ينكر - طرق الوصول إلى المعلومة، بحيث يكون نطاق المصادر الإعلامية متاحا ودائما في المتناول. لكن لا يتعين إعطاء الظاهرة أكثر من حجمها: فالتلفاز يظل حتى الآن، بالنسبة إلى معظم الفرنسيين، الوسيلة الإعلامية الأولى أمام الراديو، والإنترنت أو الصحافة المكتوبة. أشار أحد الأبحاث في العام 2009 بخصوص استهلاك المتصفحين الفرنسيين للإنترنت («ميديا-كروس» cross-media) إلى أن الفرنسيين مازالوا يفضلون وسائل الإعلام التقليدية، وإلى أن التلفاز يعتبر وسيلة تمكنهم من المتابعة بشكل أفضل لفهم الأحداث (دراسة غريدوك Gredoc)[23]، وهذه النتيجة جرى تأكيدها بدراسة «ميديابوليس» Mediapolis[24] التي شملت عينة تمثل سكان فرنسا: 50 في المائة من الأشخاص المستجوبين صرحوا، في ديسمبر 2009، بأن التلفاز يعتبر مصدرا رئيسيا للأخبار السياسية. وبلا شك، فتلك العادة ستتغير في السنوات المقبلة، وقد تأخذ منحى الممارسات التي لُوحظت بالولايات المتحدة، حيث برز تراجع متابعة التلفاز لأول مرة في العام 2013 لمصلحة الوسائل الرقمية (الحاسوب، والهواتف الذكية، والألواح الإلكترونية)، وحيث يزاوج معظم الأفراد بتلقائية أخبار التلفاز والأخبار عبر الويب[25]، فالإنترنت في الواقع احتلت حيزا أكبر.

وتوسُّع دلائل وسائل الولوج الإعلامية التي أصبحت متاحة بشكل متزايد اليوم، يتجلى في الاستعمال المتداخل لوسائل الإعلام التقليدية والرسائل الرقمية؛ فلم يعد الأشخاص يكتفون فقط بمزاوجة استعمال التلفاز والراديو أو قراءة الصحف، بل يستعملون دائما - موازاة مع ذلك - التلفاز والإبحار على الإنترنت؛ فوضع خريطة الممارسات المعلوماتية[26] مكّن من تحديد مختلف التركيبات الممكنة (مزيج الوسائط Le mix-media) التي تختلف وفق السن والحالة السوسيو - اقتصادية للأفراد، وتوضح أن الشبان (أقل من 34 عاما) يستعملون الإنترنت كأولوية، ويستعملون أحيانا التلفاز. وبعبارة أخرى، فإن الممارسات الإعلامية تتميز اليوم أكثر من قبل، بالانتقائية والسيولة، وتتجه شيئا فشيئا نحو تكريس استعمالات ترتكز على تهجين وسائل الإعلام والأجناس الإعلامية الأخرى. لكن نطاق هذا التغيير سيكون ذا حدين؛ لأن «مضاعفة وتضخم التدفق الإعلامي لا يؤدي بالضرورة إلى إخبار أفضل لكل الأفراد الذين يميلون إلى زيادة معرفتهم أمام من لديهم مستوى دراسي عال»[27]. مما يؤكد مدى ملاءمة نظرية «الفجوة المعرفية» Knowledge gap لإظهار الفرق بين معرفة الأشخاص الأكثر والأقل توافرا على المصادر السوسيو - ثقافية.

فاستعمال وسائل الإعلام التقليدية لا يستعاض بوسائل الإعلام الرقمية، ويتضح ذلك في الحقيقة باستعمال الصحف والراديو والتلفاز. لقد كان الأشخاص يأخذون بعض المعلومات التي يجدونها في وسائل الإعلام التقليدية، ويرجعون إلى وسائل الإعلام عبر الإنترنت، وفق ما يسمى بمنطق «التفعيل»[28]. والميل بالكامل نحو وسائل الإعلام الرقمية، في كل الأحوال، مازال بعيدا كل البعد لكي يكون القاعدة: فالأغلبية مازالت مستمرة، وفق درجات مختلفة، في اعتماد نسبي على الإنترنت، بمعنى أن تستنسخ على شبكة الإنترنت العادات المكتسبة بوسائل الإعلام التقليدية، فيُكتفى في أغلب الأحوال بالذهاب نحو البوابات العامة وبعض مواقع الصحف اليومية. وهناك فقط أقلية تشكل فئة تسمى «مهووسي الإنترنت» geeks؛ لأنهم يستخدمون الوسائل التكنولوجية المتعددة المتاحة ولا يترددون في الإبحار باستمرار، مع إرسال تغريدات، والتحاور عبر المنتديات[29].

إن طرق الاستثمار المختلفة في ميدان الإعلام عبر الإنترنت تكرس التعقيد وتنوُّع تطبيقات تلك الوسيلة؛ فتلك الممارسات الإعلامية تمر في الواقع من نقص واضح في

السهولة إلى السيطرة التقنية الكاملة، من الاطلاع المحدود على بعض المواقع إلى الاطلاع الواسع لمواقع متعددة، ومن الاستهلاك العادي للمعلومة إلى الذوق المعلن لإنتاج المضامين الإعلامية وتبادل التعليقات. ويتضح من خلال استدامة الاهتمام النسبي بالوسائل الإعلامية التقليدية أن الاستعمالات الإعلامية تندرج في «الروتينات» des routines الموجودة سابقا، والتي تتطور بشكل مغاير وفق الأشخاص؛ فقراءة الصحف واستعمال الراديو والتلفاز يتماشيان في الواقع مع أشكال طقوس الاستهلاك التي جرت خلخلتها بالإنترنت أو بتغييرها أحيانا: فالاطلاع على الأخبار عبر الإنترنت أصبح دائما ممكنا بفضل الهاتف النقال، ويتناسب مع استعمال الزمن، كما يستعمل في لحظات الراحة في البيت، وفي العمل، وفي وسائل النقل العامة، وفي كل مكان.

ممارسات اجتماعية وثقافية مختلفة

تؤكد كل الأبحاث حول استعمال وسائل الإعلام الحديثة، سواء في فرنسا أو خارجها، أن هذه الوسائل تتغير وفق عدة معايير، لاسيما وفق مستوى الشهادة، والحالة السوسيو - اقتصادية وسن الأشخاص المعنيين. تذكرنا الأبحاث أن تلك الممارسات الإعلامية بدورها مترسخة لدى الطبقات الاجتماعية[30] التي تحدد - بشكل كبير - الطريقة التي يُستثمر بواسطتها مثلا، وهي دائما منسية أو متجاهلة بمناسبة الحديث عن تأثير التكنولوجيات الرقمية الحالية، وتبقى حاسمة لفهم علاقة المستقبلين للأخبار، وقد يترجم ذلك بعدة طرق.

أما فيما يتعلق بطرق القراءة فإنها تبقى خاضعة للموقف الاجتماعي للأشخاص؛ فأفراد الطبقات الاجتماعية الشعبية يفضلون الأشكال القصيرة، في حين يفضل أفراد الطبقات الميسورة أشكالا إعلامية مثيرة. لقد فهم أصحاب المهنة في الإعلام جيدا (مجمعو المضامين والبوابات): هناك اتجاه متزايد إلى أن يصبح على شبكة الإنترنت منطق الوصول إلى المعلومات بسرعتين. وثمة عرض مجاني يتشكل من الأخبار المختصرة أو المحررة بتسرع كأخبار الوكالات التي تكون سهلة القراءة بالنسبة إلى عامة مستخدمي الإنترنت من جهة؛ ومن جهة ثانية نجد عرضا يقترح مقالات متخصصة وهادفة، ذات قيمة مضافة، وعادة ما تكون تحليلات وتحقيقات معمقة، أي التي لديها موارد مالية ضرورية.

وثمة دراسة لمضمون الإعلام المنشور على نحو مائتي موقع على الويب في فرنسا في العام 2011 تؤكد هذا المنحى[31]. ومع الحجم الهائل للمادة الإعلامية على الشبكة العنكبوتية تبرز بعض الموضوعات الأكثر تداولا على حساب عدد لا يحصى من الموضوعات الأخرى، المبعثرة والتي لا تستطيع بتاتا جذب الانتباه؛ فالجدولة الإعلامية الأكثر تنوعا ظاهريا تكون في الحقيقة غير متوازنة؛ فخارطة مجال المواقع الإخبارية على الويب تترك من ناحيتها شرخا واضحا بين تيار إعلامي مهيمن وزائد على الحاجة من جهة الوسطاء المعلوماتيين، وفي كثير من الأحيان عبر وسائل الإعلام التقليدية من جهة، وبين أصالة تحريرية منقولة عبر المدونات أو عبر المواقع التجارية على الشبكة.

تجدر الإشارة إلى أن التسلسل الهرمي، والتنوع المعلوماتي لوسائل الإعلام، وانتشار العرض لم تغير جوهريا منطق العمل الجماعي. وتبقى العلاقة مع الحدث لدى الطبقات الشعبية مفتوحة وبمطالب قليلة، في حين تكون انتقائية لدى الطبقات الميسورة أو العليا[32]. إضافة إلى ذلك يبدو أن نوع المهنة الممارسة يترك أثره، سواء باستعمال أكثر أو أقل كثافة للإنترنت، واستخدام تويتر بشكل مستمر في البحث عن المعلومات المختلفة أو التفاعلية؛ فالأشخاص الذين يشتغلون مثلا في المجال السمعي البصري، والتواصل، والصحافة، والخبرة أو التسويق، أظهروا جميعا اهتمامهم الكبير بهذا المجال، وهم يطورون ممارسات إعلامية على الويب بشكل مكثف، مقارنة بمن يستخدمون الإنترنت. كل تلك الملاحظات تبين أن أصحاب الشهادات هم في الأغلب من يعبرون عن اهتمامهم الكبير بالحدث والشأن العام، وهم الذين ينوعون مصادر معلوماتهم، هذا مع الإشارة إلى أن الأشخاص ممن هم في وضعية اجتماعية متواضعة، وبشهادات أقل أو من دونها، يشاهدون التلفاز بصورة خاصة للاطلاع على الأخبار ولا يقرأون الصحف الوطنية أو الدورية كالمجلات. فليس من المفاجئ مشاهدة نقص الرغبة في الميل نحو الإنترنت في هذا المجال؛ فهم يستعملون أساسا الإنترنت للتسلية، أو من أجل بعض المشتريات، أو البحث عن نصائح ذات طابع عملي، في حين أنه كلما ارتفع المستوى الدراسي، ارتفع الفضول تجاه الأحداث الوطنية أو الدولية، وبالتالي الميل إلى استعمال أكثر للويب من أجل معرفة أكثر، خصوصا في الميدان السياسي أو الاقتصادي أو الثقافي؛ فقانون

التعدد يتأكد مرة أخرى هنا: استعمال مكثف للمضامين الإخبارية عبر الإنترنت يرتبط باستهلاك قوي للمعلومات الصحافية والراديو والتلفاز. من المؤكد أن ذلك كان دليلا على أن التكنولوجيات الرقمية لم تقلص بتاتا الفوارق الثقافية من حيث استهلاك الأخبار:

وبينت الأبحاث التجريبية كذلك[33] أن أغلب المستخدمين للإنترنت (57 في المائة) يتوجهون أولا نحو الصفحات الأولى للمجمعين (أخبار غوغل) والبوابات الكبيرة (أحداث ياهو)، وأن نسبة لا يستهان بها (23 في المائة) تزور مواقع الإعلام التقليدي، ونسبة 6 في المائة فقط هي التي تستعمل التجارة الإلكترونية. إن البحث عن المعلومات على شبكة الإنترنت يبدو ضئيلا جدا وغير مخصص؛ ويندرج في إطار التيار الإعلامي السائد والموجز والواقعي؛ فالبحث عن الأخبار التفاعلية يبقى حتى الآن إقطاعا للبعض. وهناك أبحاث في الولايات المتحدة تركت صدى كبيرا، تبين أنه برغم وفرة المواقع الإخبارية على الإنترنت التي تبدو للوهلة الأولى أنها تعزز فيض العرض وتكوين ما يسمى «قطبية الممارسات» التي تكون حكرا على بعض المواقع فقط، فإن مستخدمي الإنترنت يختارون عادة أربعة أو خمسة مواقع يفضلونها ويتصفحونها باستمرار.

فإذا كانت طرق الإعلام قد ظلت محددة اجتماعيا وثقافيا، فإنها تبقى كذلك مرتبطة بشكل قوي وفق عمر الأشخاص. وباختصار فإن الشبان الذين يستخدمون الإنترنت، بشكل مستمر، يطورون ممارسات تناسب الوصول إلى المعلومة؛ فيكتشفون الحدث في كثير من الأحيان مصادفة، أو عن طريق الشبكات الاجتماعية وتوصيات «الأصدقاء» على فيسبوك؛ فيستعجلون - بعد ذلك - في تبادلها وإرسالها إلى الأقارب؛ فهم لا يبحثون للذهاب مباشرة إلى المواقع المعترف بها، بل إنهم - بطريقة أو بأخرى - يستمدون المعلومة التي يُشار إليها على الشبكة. أما الأشخاص الأكبر سنا، والذين ينخرطون بدورهم في هذا المسعى الاستباقي، فهم يعرفون دائما عن ماذا يبحثون، ويتوجهون في البدء إلى مواقع الإعلام التقليدية. بالتأكيد فإن هذا الانشقاق بين الاستعمال النفعي والتكتيكي من جهة، والاستعمال المعقلن والاستراتيجي من جهة أخرى، يشكل قاعدة غير ملموسة (نطاق الممارسات يكون في الواقع أكثر دقة)، لكنه يعكس على الأقل اختلاف الأجيال في طريقة البحث عن المعلومة.

إجراء الحوارات حول الأخبار على الويب

تعتبر القراءة المتعددة الوسائط في ميدان الأخبار ذات أهمية بالغة لدى مستخدمي الإنترنت. وهذه القراءة تكون مقرونة دائما بحوار حول الحدث بأهمية كبيرة عما كان في السابق؛ فالإنترنت تثير في الواقع أشكالا جديدة من المؤانسة حول الأخبار، وحتى أنماطا جديدة من الانخراط. إن قراءة الأخبار على الويب، ومناقشة الأحداث عبر شاشات متباعدة، وتبادل المقالات والفيديوهات أصبحت تجربة اجتماعية قوية. وأضحى التعليق عبر الإنترنت عن مضامين الحدث طريقة للحفاظ على رابط التقارب، كما يشير كل من فابيان غرانجون Fabien Granjon وأوريليان لُو فولغوك Aurélien LeFoulgoc، فـ «الأخبار التي تمر عبر [مواقع الشبكات الاجتماعية] في إمكانها أن ترتكز على مضامين الحدث الإعلامي، لكن لا تكون لها قيمة عموما؛ لأنها تثير أشخاصا جرت رؤيتهم عبرها؛ فالمعلومة المنقولة من قِبل فرد من المجموعة تكون أولا معلومة علائقية بشأنه، ولا أهمية لها داخل المجموعة إلا لكونها تعطي ذوقا، وأهمية أو رأيا كالعديد من الخصائص الشخصية»[34]. بالتأكيد فإن الإنترنت يمكن أن تعرض بشكل غير متوقع الأخبار، واكتشاف مضامين غير مسبوقة، لكنها تعطي أيضا فرصة الانخراط بشكل أكبر في الحوارات والتعبير عن تجارب شخصية، وهذا يعتبر منطقا سليما في استعمال وسائل الإعلام؛ فمعرفة الأحداث الجارية، والمؤانسة عبر الإنترنت تتعززان بالتبادل، بواسطة قوائم الإرسال، والمدونات، والمنتديات... إلخ.

أما توسع المجال التقليدي فيمكن قياسه بملاحظة إثنوغرافية دقيقة لمنابر الإعلام التشاركية، ولأشكال الحوارات على صفحات فيسبوك عن بعض وسائل الإعلام[35]. لا شك في أن تلك المواقع تفضل توسيع النقاش حول الأحداث الجارية، والذي يفلت من الأطر التقليدية للمناقشات الإعلامية، ويشهد على تشكيل جماهير هشة ومتقلبة. أما الإنتاج الصحافي في حد ذاته، والأحداث ذات الصلة، فلا نعلق عليهما كثيرا؛ بل ننتقد فيهما بشدة الاختلالات الحالية لديموقراطياتنا، والانجراف نحو عالم المال؛ وندين فيها الروابط الوثيقة بين وسائل الإعلام المعروفة والأقلية المهيمنة؛ فالتعبير عن السخط يكون قويا، وموضوعية التعبير المعلن صراحة والتعليقات تسهم - بشكل واسع من جهتها - في الإحساس بالظلم وعدم

المساواة؛ فالتسجيلات المتعلقة بإعطاء الكلمة تكون متعددة جدا (الهزل، والرأي الخام، والرأي المعلل، والخبرة، والشهادات)، وتأخذ دائما شكل جدال، ومساءلات أو مناقشات قصيرة هادئة.

وعلى العموم فإنه يتعين الانتباه إلى أن حجم ساحة النقاش العام يكون أكثر شعبية من طرف المشاركين في وسائل الإعلام عبر الإنترنت؛ لأنها تشجع حرية التعبير البذيء الذي يكون دائما ناشزا، لكنه على الأقل يعبر عن حاجة كامنة لتبادل وجهة نظر مع الآخرين. ويتعين في هذا المضمار التأكيد أنه ليس بالضرورة أن يكون حملة الشهادات والأكثر تعلما هم من يعبرون أكثر عبر وسائل الإعلام الرقمية: تنطلق المناقشات في كثير من الأحيان وتتطور من جهة الأشخاص المنتمين إلى الطبقات المتواضعة نسبيا، وأحيانا من جهة طبقات منحدرة اجتماعيا، وتجد وسيلة لإسماع صوتها. ومن ثم تمتد النقاشات - بشكل أوسع - لتشمل جميع الطبقات الاجتماعية.

إن الانعطاف نحو الممارسات الإعلامية، لاسيما وسط الشبان، يحدث بشكل متزايد، وفي كثير من الأحيان تداخلا بين النطاق الخاص والنطاق المهني[36]. وفي الواقع، فكثيرون هم الذين يشعرون بأنهم مجبرون في بحثهم عن الأخبار، على الخلط بين الأذواق الشخصية والحوافز المهنية، بحيث أصبحت المواقف التفاعلية المتبادلة حول الأخبار – تحديدا - ذات قيمة عالية في عالم العمل؛ فالمستخدمون المنتظمون أو بشكل مكثف للإنترنت يوجهون كذلك استهلاكهم للأخبار لكي يصبحوا أكثر احترافا في مزاولة مهنتهم، ويظهرون بوصفهم خبراء في ميدان تخصصهم؛ فالإطار المهني يعزز إذن استعمالا مبتكرا للمعلومة، لاسيما الاستعمال شبه الاضطراري لفيسبوك وتويتر، باستخدامها في بعض المهن، كرابط بين الزملاء واستراتيجية رؤية مهنية.

فهناك الديمومة والاستمرارية من جهة، ومرونة وانقطاع بعض الاستعمالات من جهة أخرى: ازدواجية آثار الإنترنت تكون حاضرة هنا مرة أخرى. وتُقرأ الاستمرارية من خلال استمرار تأثير وسائل الإعلام التقليدية، لاسيما التلفاز، في استمرار تدرج الأذواق في مجال الأخبار، وفي الثقل الذي ظل راجحا في التوزيع الاجتماعي للممارسات الإعلامية. ويتجلى الانقطاع في إثراء لوائح الاستخدام، ومضاعفة التشكيلات الإعلامية الممكنة بشأن مختلف وسائل الإعلام وإعادة تشكيل تجارب القراءة والتبادل. ولعل

مضاعفة العلاقات التي تحدث بين استهلاك الأخبار وتبادل النقاشات حول الحدث بفضل التكنولوجيات الرقمية الحديثة، تبين أنه يتعين باستمرار عودة الفاعلين الموجودين بحجمهم الاجتماعي، للتأكيد أن العالَم الاجتماعي المعاصر أصبح أكثر تعقيدا، من حيث فك التشفير.

7

ثقافة تشاركية - جديدة ومواطنة: نحو ديموقراطية إلكترونية؟

هل تعتبر التكنولوجيات الرقمية فرصة أو خطرا على الديموقراطية؟ هكذا نلخص، في كلمات، الرهان الأساس في انتشار واستعمال الوسائل الحديثة للتواصل بخصوص السياسة. تلك الوسائل التي تغير حقا العلاقات المألوفة بين المواطنين وممثليهم والتي تجدد طرق التعبير عن الخطاب السياسي[1]. لكن كالمعتاد، إن عمليات تقييم آثار مثل هذه الظاهرة تتناقض إلى حد ما. فالأكثر تفاؤلا والأكثر حلما يرون فيها ميلاد حقبة للتشارك لتعيد الكلمة إلى الشعب، وإحياء النقاش العام وتشجيع مرور الأخبار التفاعلية. فينظر حينها إلى شبكة الإنترنت بأنها حلبة للنقاش تشجع أشكالا

«باستطاعة وسائل الإعلام الرقمية أن تسمح بإسماع أصوات في المجال العام، ووجهات نظر ظلت مهمشة، أو تلك التي لا يُستمَع إليها إلا نادرا في وسائل الإعلام التقليدية»

جديدة من الخطابات السياسية. والأكثر ارتيابا هم على العكس من ذلك، يضعون النقاط على الحروف حول أسطورة ديموقراطية إلكترونية، مع خطر إنتاج الإنترنت لتسلسل هرمي اجتماعي، بترسيخ عدم المساواة بخصوص الخطابة.

وهذا التعارض بين رؤيتين مختلفتين جذريا من حيث مساهمة الإنترنت ووسائل الاتصال الجديدة، لما سنسميه باختصار الحياة السياسية والنقاش العام، يشكل منذ فترة طويلة بيئة للأبحاث في العلوم السياسية وفي علم اجتماع وسائل الإعلام[2]. إن الدراسات الأخيرة في الميدان تحاول تجاوز (من دون تحقيق ذلك دائما) ذلك التعارض بمحاولة فهم الكيفية التي تقوم بها أجهزة الربط بإعادة تشكيل طرق المشاركة السياسية، وكيفية إعادة تشغيل مفاهيم التمثيل، والانخراط والمواطنة في هذا السياق التكنولوجي الجديد، والكيفية التي تتم بها شيئا فشيئا الانزلاقات والتغيرات في الممارسات التشاركية الحالية. لكن قبل التحليل العميق بشكل تدريجي لتلك التغيرات في التصرفات الحالية للمواطنين على الإنترنت والشبكات الاجتماعية، يتعين أولا الاتجاه نحو التغييرات التي تؤثر في وجهين مهمين لتوظيف ديموقراطياتنا: تواصل المؤسسات العامة من جهة، وتواصل الفاعلين السياسيين من جهة ثانية.

تواصل عام متجدد

أحد التطبيقات الأكثر وضوحا في ترسيخ التكنولوجيات الرقمية داخل مجتمعاتنا يمكن أن يبرز عبر ممارسات التواصل الحكومية. فالدولة الحديثة ترتكز إلى استشارة المواطنين فيما يتعلق بشؤون المجتمع، وكذلك البث السريع وبشكل مكثف للأخبار والمعطيات العامة إلى الجمهور. هذا التواصل العام للدولة يعتمد، من بين وسائل أخرى، على تعزيز وتقييم وسائل الإبحار الجديدة للويب من أجل بناء إدارة إلكترونية على الشبكة حول المواطنين وتعزيز ازدهار اقتصاد غير مادي. لن ندخل هنا في تفاصيل العديد من المبادرات المتخذة منذ سنوات عدة من طرف المؤسسات الفرنسية في هذا المجال؛ وبالأحرى سنركز في التأثير والنجاح غير المسبوق لهذه المحاولة في تحسين العلاقات مع المستخدمين - المواطنين.

فالدولة المتواصلة[3]، كيفما كان لونها السياسي، تبحث أولا عن أن تكون أكثر فاعلية وتظهر نشاطها، ومن أجل ذلك، فهي تحاول أن تُسهّل الخدمات

للمستخدمين بكل شفافية في تدبير الشؤون الإدارية أمام المواطنين. لقد كانت الولايات المتحدة سبّاقة في هذا المجال، وبخصوص فرنسا فهي تحاول بشكل ما أن تتجاوز ذلك التأخير. فأغلبية الوزارات، و(الجماعات الإقليمية)، والبلديات تملك موقعا على الإنترنت؛ والكثير منها طورت تطبيقات لمحطات متنقلة واستثمرت بشكل بواسع، كما أشارت إلى ذلك ستيفاني ووجسيك Stéphanie Wojcik[4]، بالتشويش أحيانا على الحدود بين تواصل المؤسسة العمومية واستراتيجية تواصل الفاعل السياسي نفسه.

من أجل الاستشارة مع المواطنين حول بعض القضايا العامة، يقوم المنتخبون والسلطات العمومية أيضا بتطوير عمليات التشاور التي تمر أساسا عبر العديد من الإجراءات للتبادل عبر الإنترنت (استطلاعات عبر الويب، ومنتديات للنقاش، وعرض اقتراحات، وتقديم عريضة عبر الإنترنت من طرف المسؤولين السياسيين أنفسهم... إلخ). وبخصوص قضايا الصحة العامة والبيئة وغيرها[5]. وتضطلع المنتديات الحوارية بهذا الدور بشكل أفضل، حيث تتم معرفة رأي السكان وأحيانا محاولة تحسين العلاقات بين المنتخبين والمواطنين. في الواقع، ينظر إلى هذه المستجدات التقنية كوسيلة لتوسيع إجراءات الحوار وكذلك خلق شكل من الديموقراطية المباشرة.

وأظهرت الكثير من الأبحاث التي أجريت في فرنسا وخارجها أن النتائج لم تكن دائما في المستوى المطلوب، وأن المثل الأعلى لديموقراطية إلكترونية[6] مازال بعيدا، لأن الفارق يكون دائما كبيرا بين خطاب المنتخبين والممارسات الفعلية للمواطنين. من جهة أخرى فهناك المعيقات المادية والحوادث التقنية الاعتيادية، فأصحاب هذه المبادرات يصطدمون في الواقع بالفوارق من حيث كفاءة واهتمام المواطنين أنفسهم. فالتقنية وحدها لا تستطيع حل المشكلات السوسيو - ثقافية لأن من يستثمرون أكثر في تلك الممارسات يكون لديهم أشخاص مهتمون مسبقا بالسياسة ومنخرطون في قضايا المدينة والقرية. فبعد حماسة التجارب الأولى تتفتت التعبئة شيئا فشيئا وتنحصر دائما في أقلية نشيطة.

وبمعنى آخر، فإن مختلف أشكال التشاور والتداول مع المواطنين من جهة المؤسسات العمومية لم تستطع قط جذب الاهتمام إلا لجزء قليل من السكان، وهم يصابون في نهاية المطاف بخيبة أمل كبيرة. وفي المقابل، كما تقول ستيفاني

ووجسيك: «من وراء طبيعتهم التي تبدو دائما حاسمة، ومبررة[...]، فإن أحد الآثار الأساسية للأجهزة الرقمية المعدة لتعزيز النقاشات بين مستخدمي الإنترنت يهم اكتساب المشاركين للمعارف حول الموضوع المطروح للنقاش»[7]. ويعتبر بعض المختصين (سنناقش الموضوع لاحقا) أن الأشخاص الذين لا يعرفون التبرير بشكل معقول ومحترم في إطار الإجراءات الرسمية للاستشارة يتعرضون حتما للتهميش؛ لأنهم لا يملكون المفاتيح والرموز من أجل التدخل. ومن المرجح أن يتكلموا في السياسة في فضاءات غير رسمية وليست ذات طابع مؤسساتي، مثل الشبكات الاجتماعية أو، بشكل متناقض، في الفضاءات المعدة للترفيه.

ويشارك أيضا في هذا المجهود بشفافية نسبية إنشاء عديد من البلدان (الولايات المتحدة، وإسبانيا، والمملكة المتحدة، والنرويج... إلخ) برامج لتحرير المعطيات أو التبادل المفتوح للمعطيات (أوبن داتا Open Data) بهدف تدفق التبادلات الإعلامية بين المؤسسات السياسية - الإدارية والمواطنين أولا؛ وبعد ذلك لتعزيز، على الأقل رسميا، مشاركة واسعة للمواطنين في اتخاذ القرار العام. في فرنسا، تطلّب ذلك انتظار شهر فبراير في العام 2011 لكي تظهر بوابة (dat.gouv.fr) ومن ثم الولوج إلى المعطيات والإحصائيات المعدة من جهة الوكالات الحكومية. وتلك المبادرات الجديرة بالثناء من حيث المبدأ لا تمنع طبعا المسؤولين السياسيين من الإعلان بالشفافية الكاملة عن النشاط الحكومي. من أجل تحقيق التوازن في شأن المنطق السياسي أنشئت حركات وجمعيات (مثل «نظرات مواطنة Citoyens Regards» بهدف تعزيز بث وتبادل الأخبار السياسية) تجمع المعطيات وتضعها على الشبكة بغية مواجهة المسؤولين والمنتخبين (مثلا بنشر الأخبار الدقيقة حول نشاط البرلمانيين في المجلس الوطني، وإبرام العقود والصفقات العامة، والاختلالات في وزارة ما).

والرهان بالنسبة إلى تلك الجمعيات هو تكريس الديموقراطية من الأسفل وليس من الأعلى (ما يتعلق باستشارة بسيطة أو مشاركة متواضعة)، وإحداث مناطق خبرة حقيقية ونقاش إلى جانب المؤسسات العامة القائمة. إن تجميع معطيات متعددة لنشرها على مستوى واسع، وفي نهاية المطاف، ناتج عن الرغبة في إرجاع السلطة إلى الشعب. والعنف المثير للجدل الذي وقع بعد نشر

ويكيليكس WikiLeaks[8] في العام 2010 (بالشراكة مع خمس صحف كبرى في العالم) لمعطيات سرية تضم برقيات لوزارة الخارجية الأمريكية، يشكل مثالا لما يمكن أن تقوم به الإنترنت وهي تبث تلك الوثائق الحكومية. فإذا كانت التسريبات لم تنشأ مع الإنترنت، فالظاهرة قد أخذت مع توافر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تأثيرا غير مسبوق. فالإنترنت تضاعف من آثار التسريبات وتظهر كوسيلة محتملة للتعاضد، بحيث يمكنها تغيير بعض المبادرات الشخصية القادرة على تحدي السلطات القائمة.

وتلك المبادرة التي قام بها موقع ويكيليكس، والتي كان لها وقع قوي، تبين أن المراقبة من قِبل المسؤولين لبعض المعلومات التي يقال إنها «سرية» تكون موضع تساؤل بشكل متزايد من قبل المواطنين الذين يأملون أن تكون لهم كلمتهم بشأن من يستحق أو لا يستحق أن يكون محط اهتمام الجمهور. ولذلك يعتبر خير مثال معبر عن تحدي الناس العاديين للنماذج الاتصالية المتدرجة والمركزية أو لاحتكار المعطيات من طرف الخبراء حول كم من الأخبار أو المعطيات. وقد يؤدي ذلك إلى خطر كبير: طغيان الشفافية المعممة. ويثبت بالتالي أن المسؤولين السياسيين يكونون مجبرين على الرد على المساءلة حول القرارات والإجراءات المتخذة (accountability)، وأن تكنولوجيا الإعلام والتواصل «TIC» تستطيع في هذا السياق أن تقدم في بيئة ملائمة إمكانية حوار بين الحاكمين والمحكومين. وهي تشكل أيضا نموذجا لتعاون ممكن، ومأمول، بين وسائل الإعلام التقليدية (كما هي الحال في الصحافة المكتوبة) ووسائل الإعلام الرقمية. فمسألة إعطاء معطيات أولية، من دون سياقات وتفسيرات، ستطرح في الواقع إشكالية؛ لأنه مع هذا الشكل من الأخبار يجب حتما فك تشفيرها ووضعها في إطار تسلسلي من طرف المهنيين حتى لا يفسح المجال للتأويلات الغريبة والمغلوطة. وعلى العكس مما قلناه، فإن التكنولوجيات الرقمية الجديدة لا تنفي بشدة الحاجة إلى الوسطاء: فقد أصبح الوسطاء أكثر من أي وقت مضى أكثر أهمية لفرز الصالح من الطالح. وفي هذه الحالة، جاءت الخبرة الصحافية لتكمل عمل رافضي مقدمي المعلومات. وهذا ما يؤكد أن وسائل الإعلام الرقمية تحتاج إلى الوسائل التقليدية من أجل المصادقة على الأبحاث التي يتعين أن تلمس مجموع السكان.

التواصل السياسي عبر الإنترنت؟

في فرنسا، كان أول مؤشر لثقل الإنترنت والحوارات السياسية عبر الإنترنت، هو استفتاء 2005 حول الدستور الأوروبي، حين كانت أغلبية كبيرة من الطبقة السياسية تدعو إلى الانتخاب لمصلحتها، وكان بعض الخبراء والصحافيين والمعلقين يتدخلون عبر وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في اتجاه «نعم»، لوحظ أنه موازاة مع ذلك الخطاب السائد، فإن التبادلات عبر الويب تركت نقاشا محتدما وقويا يدعو إلى مصلحة «لا». ووفق دراسة جرت في هذا الصدد فإن ثلثي المواقع التي أحصيت[9] كانت تعارض الدستور الأوروبي، وكانت المنتديات تشوش على المناقشات حيث كان المعلقون يتهمون من خلالها سياسة الاتحاد الأوروبي. فالويب تقوم إذن بدور صندوق رنان لمناصري التصويت بلا، حيث لا يجد الخطاب بتاتا أي صدى قرب وسائل الإعلام التقليدية.

وهذه الفجوة بين معسكرين: واحد واضح تماما، لاسيما في الصحافة المكتوبة والراديو؛ والآخر يبرز على الشبكة العنكبوتية، لكنه غير ظاهر حينها على الفور (بحكم قلة عدد المستخدمين للإنترنت حتى الآن والغياب التام للشبكات الاجتماعية) يبدو أنه يؤكد استنتاجات الفقيه الأمريكي في القانون ر. سينستاين Cass R. Sunstein[10] بأن الإنترنت تسهم في بلقنة النقاش السياسي على الويب. ووفق هذا الأخير، فالإنترنت في الواقع تشجع التقارب بين الأفراد الذين يتقاسمون وجهات النظر نفسها (وفق مبدأ العرض الانتقائي لآراء الغير التي قال بها عالم الاجتماع بول لازارسفيلد **Paul Lazarsfeld** وزملاؤه في العام **1948** في البحث الشهير «أفضل اختيار من قِبل الجمهور The People's Choice»)، وتشكل دوائر ضيقة من المدونات والمواقع، لا تتسرب إليها أفكار أخرى. فالنقاشات السياسية تتم خصوصا بين أفراد لديهم آراء متقاربة[11].

هذه الملاحظة تبدو بعيدة عن تحقيق أي إجماع. وافتراض شكل من التوظيف المحدد في عالم المدونات تم تأكيده في أبحاث جرت عن المدونات الأمريكية خلال الانتخابات الرئاسية لعام 2004، والتي برهنت - مع بعض الفوارق الدقيقة، كما يؤكد باتريس فليشي Patrice Flichy - أنه على الرغم من تنوع الإنترنت فإنها تبقى مجالا مركزا جدا و«مُستقطبا حول عدد محدود من المواقع»[12]. وقد أثار أيضا

مسألة خطر تفتت أو تجزيء المجال العمومي، لكنه يسارع إلى القول إن أطروحة المثلية «l'homophilie» (يتحدث المرء داخل جماعات متجانسة ومع أفراد لهم آراء متقاربة) تكون بصورة خاصة صالحة للأفراد المنعزلين أيديولوجيا في بيئتهم. ومنهجيا يتعين إذن ربط تصرف مستخدمي الإنترنت بسياق الحياة الواقعية. هكذا نجد أن كثيرا من مستخدمي الإنترنت الذين شملهم البحث يؤكدون أنهم وجدوا على الويب أشخاصا بآراء مختلفة، ومنها ما يتعارض مع آرائهم، ويعتبرون أن ذلك التعارض يكون مرحبا به. في حين أنه في الحياة المعتادة تجري الحوارات السياسية في معظم الأحوال مع أشخاص يتبادلون وجهة النظر نفسها، ويبدو أن أطياف التواصل والنقاشات السياسية على الويب تكون أوسع شيئا ما. وبهذا الخصوص لاحظ دومينيك كاردون Dominique Cardon أن تقسيم الآراء السياسية على الويب لا يتم إلا مع مجموعات آراء متطرفة تظل عموما بين الذات. لكن حينما ندرس مثلا عالم التدوين السياسي في فرنسا خلال الحملة الانتخابية الرئاسية لعام 2007، نلاحظ أنه بالنسبة إلى بعض الجماعات ذات الرأي الآخر الأكثر مركزية على الرقعة السياسية يتمحور فعلا حول اللون السياسي الموجود نفسه، لكنه «يتم على أساس تداخل الخطاب المتبادل بين العائلات السياسية المتعارضة. على الويب، كما في الحياة الواقعية، فالحياة السياسية ميالة إلى الصراع»[13].

أثر الرقمنة في التواصل السياسي: المثال الأمريكي

هناك حدث آخر له أهميته، ويتعلق بالحملة الانتخابية الرئاسية «الرقمية» التي قام بها الرئيس باراك أوباما في العام 2008 في الولايات المتحدة، والتي أثارت الانتباه بشأن التأثير الحاسم، ليس فقط بواسطة المدونات، بل بالشبكات الاجتماعية لاسيما الفيسبوك. فحجم استراتيجية الخطاب السياسي لم يعد في حاجة إلى البيان[14]. فإعادة تشكيل السياسة الجديدة التي اعتُمدت خلال السنوات العشر الأخيرة تبين أن العلاقات بين الفاعلين الأساسيين في اللعبة السياسية (رجال السياسة، ومستطلعو الرأي، والصحافيون، والمنتخبون) أصبحت تتميز بالتعقيد إلى درجة أن ذلك أصبح صراعا دائما للرموز والصور، ومتتالية لا منتهية من الخطابات (المرتكزة إلى الحكي «storytelling»، فن حكي قصة جميلة) وخطابات مستشاري التواصل،

والاختصاصيين في تجميل الصورة «spin doctors»[15] الذين أصبحوا بدورهم فاعلين لا يمكن الاستغناء عنهم في المنافسة السياسية. وفي هذا السياق فإن رجال السياسة يستعملون بشكل متزايد تقنيات الإقناع المرتكزة إلى تدخلهم كوسطاء، وأداء دور التشخيص والتمثيل، حتى يصبح ذلك عرضا سياسيا، ويحاولون أيضا الاستفادة من وسائل الإعلام الرقمية، بالأخص الشبكات الاجتماعية. وهناك آخرون يرون في ذلك تكريسا لديموقراطية الرأي على حساب ديموقراطية تمثيلية، وحتى بروز ديموقراطية عمومية تؤدي إلى هذه الملاحظة القاسية، كما قال بيرنار مانان Bernard Manin: «لقد عمت الديموقراطية بالتأكيد، وإن كان من غير المؤكد أن تكون شاملة»[16]. لن ندخل هنا في هذا النقاش الواسع؛ وسنكتفي بكل تواضع بفهم مدى ازدهار الإنترنت، ولاسيما الشبكات الاجتماعية التي غيّرت المعطيات جزئيا.

فالحملة الانتخابية التي قام بها أوباما في العام 2008 أسالت كثيرا من المداد وأدهشت كثيرا الملاحظين: وقد أصبحت بمنزلة مدرسة في هذا المجال لأسباب عدة. فهي تعتبر إحدى أولى الحملات التي راهنت بقوة على الإقناع بواسطة الإنترنت من أجل كسب المتعاطفين بنسبة عالية وتعبئة الناخبين. وكانت أيضا أول من حاول أن يظهر في النهج نفسه الاستعمال المكثف للإنترنت والنضال في الميدان[17]. وانطلاقا من مبدأ أنه لا يتعين انتظار قدوم الناخب بل يتعين الذهاب نحوه، فقد راهن أصحاب الحملات على الشبكات الاجتماعية من أجل الوصول إلى الملايين من مستخدمي الإنترنت، لإخبارهم وتحفيزهم.

وتم أيضا رفع الحواجز، ومحاولة إقحام مستخدمي الإنترنت بإرسال الرسائل الهادفة (الرسائل الإلكترونية، والفيديوهات، والرسائل القصيرة sms)، وبذلك أُنشئ رابط، بإعطاء إحساس بالانتماء إلى مجموعة متحدة من أجل دعم المرشح. فأُنشئ موقع (mybarackobama.com) «MyBo» على شاكلة صفحة فيسبوك؛ حيث تُمرر الأخبار في وقت قياسي حول التحركات، واللقاءات، وحوارات المرشح، وتتبادل الصور، والفيديوهات... إلخ. فكل مؤيد للمرشح الديموقراطي في استطاعته أن ينشئ في الموقع مدونته، وأن يسهم في التبرع والمشاركة في شبكة الدعم. وبفضل ذلك الموقع، استطاع أولئك المؤيدون التواصل والتنظيم فيما بينهم من أجل دق الأبواب، وفتح لائحة أرقام الهواتف من أجل الاتصال مباشرة. لقد استطاع المنظمون

الحصول على معطيات حول كل الناخبين من أجل إرسال رسائل قصيرة خاصة (مينينغ داتا mining data). لقد استعملت الشبكات الاجتماعية، في هذه الحالة، في ميدان الاستقطاب ومنحت فرصة التبادل التعاوني: لقد نشطوا حوار وتصرف جماعة الأشخاص المتفرقين جغرافيا.

وخلافا لما لوحظ خلال الحملة الانتخابية الفرنسية في العام 2007، حيث أُعتقد أن موقع سيغولين روايال الإلكتروني «ديزير دافونير Désirs d'avenir» أرضية برمجية تشاركية[18]، فإن المرشح للرئاسة الأمريكية لم يطلب من المؤيدين والمتعاطفين أن يعتمدوا برنامجه، لكن مساعدته في تبليغ أفكاره وكفاءته للحوار. لم يقحم المتخصصين في السياسة من أجل الاتصال بالناخبين، لكنه راهن على الالتزام والإخلاص على أرض الواقع. في هذا الاتجاه يمكن الحديث عن تواصل سياسي «per to per» (يتم بين الأقران) يعطي السلطة للمناضلين (وفق مبدأ تمكين («l'empowerment»[19]) الذين لديهم سلطة تقديرية واسعة لتكييف الرسالة وفق المخاطبين.

مع كل تلك الدروس المستمدة من التجربة الأولى التي كانت ناجحة، عاود أوباما الكرّة خلال الحملة الرئاسية لعام 2012 بتحريكه من جديد ناخبين جددا عن طريق التكنولوجيات الرقمية باستعمال الشبكات الاجتماعية والمواقع (فيسبوك «Facebook»، ويوتيوب «Youtube»، وأنستغرام «Instagram»، وبانتيريست «Pinterist»...)، وكانت عديد من الصور تضعه كرجل قريب وسهل المنال. وتسهيل النسخ والتصوير والحصول على المعلومات والصور الخاصة به، كانت فعلا رهانا كبيرا في الحملة حتى يقوم مستخدمو الإنترنت بالتعليق عليها، وبلوغ أقصى عدد من المشاهدات والتعليقات «buzz». والعنصر الجديد كان في مكان آخر: من أجل رفع الأساسات، ونشر برنامجه ومواجهة خصمه ميت رومني Mitt Romney (كان له بدوره حضور قوي على الشبكات الاجتماعية)، استعمل إضافة إلى ذلك استراتيجية على تويتر. لقد ظهر موقع المدونات الصغيرة بوصفه وسيلة رائعة من أجل التواصل مع مجموعات الناخبين الذين يُستهدفون من أجل التعليق مباشرة على أحداث الحملة الانتخابية (يقدر العدد بعشرة ملايين تغريدة عبر تويتر بُثت خلال الحملة الانتخابية وسبعة ملايين ونصف مليون رسالة خلال اللقاء وجها لوجه)[20]. حتى لو

كانت الشبكات الاجتماعية لا تسهم وحدها في ترجيح نتيجة التصويت، فمما لا شك فيه أنها تمكن من تمرير معلومات شخصية، والوصول إلى شريحة من السكان هم في الأغلب في حالة تردد أو غير مبالين بالخطابات السياسية، مع تحسيس جمهور من الشباب لا يستمد أخباره أبدا من الوسائل التقليدية.

إن التواصل السياسي للمرشحين للانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة اعتمد على العالم الرقمي بشكل تدريجي، ولم يمر من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي بطريقة فجائية؛ لقد ارتكز في الواقع إلى طريقة عملية وجديدة جدا على الوسائل التكنولوجية من أجل جلب وإعجاب الناخبين، كل ذلك مع تشبيب الطرق التقليدية من حيث التعبئة والنشاط في الميدان. ونلاحظ إذن تحولا في طرق التوظيف التقليدية للتواصل السياسي، «انعطاف رقمي»[21]، لكنه لا يمثل رقمنة شاملة في الحملات الانتخابية.

بين التدخلات عبر التلفاز والحملة عبر الويب: الحالة الفرنسية

هل يمكن قول الشيء نفسه بخصوص فرنسا؟ نحن بعيدون حتى الآن عن بلوغ هذه الدرجة من التطور في استهداف الناخبين المحتملين للتأثير عبر الإنترنت في مجرى الحملات الانتخابية. لكن رجال ونساء السياسة فهموا جيدا أهمية المواقع والشبكات الاجتماعية، فأجروا دراسة متأنية للانتخابات الأمريكية وبدأوا يطبقون طرق أوباما بنتائج غير متكافئة.

إن الأبحاث التي أجريت خلال الحملة الانتخابية الرئاسية في العام 2007[22] أظهرت بصورة خاصة فعالية التواصل الكبيرة لنيكولا ساركوزي المرتكزة إلى طريقة «الحكي le storytelling» و«الميكرو - تارغينغ Le micro – targeting» بمعنى (توزيع الفئات الناخبة المستهدفة والتوجه نحو كل واحدة بشكل منهجي). وأشاروا أيضا إلى اعتماد مبدأ التشبع المنهجي في المجال الإعلامي: الحصول دائما على مرتبة متقدمة، وعدم ترك الوقت للصحافيين وأخذ المبادرة حتى يتم لفت الانتباه والتحكم في الأجندة الإعلامية. تلك الدراسات أشارت أيضا إلى الأصالة، وإلى البيان شبه الباهت لحملة سيغلولين رويال الإعلامية التي اعتمدت على موقع تشاركي «ديزير دافونير Désirs d'avenir» من أجل حشد المؤيدين والحصول على اقتراحات من

القاعدة وليس، كالمعتاد، من إدارة الحزب الاشتراكي[23]. وقد أثبتت أيضا أن التلفاز يبقى المكان المركزي للسياسة أمام أعين أغلبية الفرنسيين، وأن الويب لم تستعمل في الحملة الانتخابية إلا من طرف أقلية من الأفراد.

لقد بيّن تحليل للمواقع الحزبية خلال الانتخابات التشريعية في مايو (2007)[24] أن الإنترنت من جهتها لم تستعمل في الحقيقة من أجل تعزيز الحوار والتفاعل مع المواطنين، بما أن الاستعمالات لاتزال عمودية بشكل واسع أو«top down» (إرسال رسائل صحافية إلكترونيا «newsletter»، وبث الأخبار حول البرامج، وجدولة المواعيد، والأحداث)، بل استخدمت بصورة خاصة لإخبار المستخدمين للإنترنت وحشدهم من أجل المؤازرة (انخراطات ومساهمات مادية). أما التبادلات الأفقية فتنحصر في إمكانية إرسال مستخدمي الإنترنت رسالة إلكترونية إلى رجل السياسة أو الحزب، وأحيانا، على مدونة بعض المرشحين، للإشارة إلى بداية النقاش. وبعبارات أخرى، كما يشير أصحاب البحث، فمختلف وظائف الويب، بإمكاناتها في الربط، لم تُستغل: لقد كان استعمالها من طرف المرشحين والأحزاب السياسية بشكل عام استعمالا محتشما إلى حد ما. وإذا كانت هناك حاجة إلى دليل، فإن «السياسات الثقافية – واستعمال وسائل التواصل التابعة - لا تتطور بنفس وتيرة التطور التكنولوجي»[25].

من ناحية أخرى فقد أظهرت الحملة الانتخابية لعام 2012 شكلا من الابتذال تجاه الإنترنت[26]، بما أن كل المرشحين بحثوا بنجاحات مختلفة عن استعمال التكنولوجيات الرقمية الجديدة. والاستعمال المكثف لفيسبوك وتويتر، من طرف السياسيين على الأقل الأكثر أهمية، بمعنى أولئك الذين لديهم فرق خاصة من الشبان المؤيدين الذين يستطيعون تدبير التفاعل المستمر في الوقت الراهن مع مستعملي الإنترنت، أعطى نفسا جديدا لاستراتيجياتهم في التواصل الاعتيادي[27]. وأدت الإنترنت في هذه النقطة إلى تطور ملحوظ لأشكال انتقال التواصل السياسي.

ومقارنة بانتخابات في العام 2007، فإن تلك الحملة شهدت غلبة الشبكات الاجتماعية على المواقع، لكنها بالعكس لم تكن وفق التوقعات الأكثر تفاؤلا أحيانا من طرف بعض الخبراء، حصريا أو حتى بأفضلية على الإنترنت. فالنقاشات الأساسية (وبالأخص في ما يتعلق بالدور الثاني) مرت عبر قناة تلفازية عمومية

(القناة الثانية - France 2)، حيث أكدت هنا دور الشاشة الصغيرة الذي ظل حاسما باعتباره مصدرا للأخبار السياسية، ثم، بشكل غير متوقع، التقارب بين وسائل الإعلام السمعية البصرية والإنترنت التي استُخدمت في تلك المناسبة. وعرفت القنوات الإخبارية التي تبث 24/24 الكيفية التي تستفيد بها من الوضع بتركيز برامجها الإخبارية على البث المباشر للأخبار واللقاءات المباشرة، والتواصل التفاعلي مع المشاهدين والاستعمال المتزامن مع تويتر. فالإنترنت لم تخلخل بشكل تام الممارسات الإعلامية في المجال السياسي ولم تمحُ منطق الأخبار التقليدية. إنها لم تقم بعد بدورها في الانتخابات الفرنسية.

أما فيما يخص الرواد السياسيين الأوائل، فإنهم يحتكرون بشكل متزايد اهتمام المرشحين والصحافيين المعجبين بالجانب المباشر والفوري لتويتر مع فيض تواصلي على كل وسائل الويب. فالإنترنت تشكل أيضا وسيلة جد فعالة لتعبئة المؤيدين والمتعاطفين للمرشحين. وتؤدي الشبكات الاجتماعية بهذا الصدد الدور الفعال لإثارة المشاعر ببعض الصور أو بعض الجمل القصيرة المثيرة: فتخلق دينامكية للتلاقي والتبادل، فتحصل على أكبر عدد من القراءات والتعليقات «buzz». ومع ذلك فإن الإنترنت في حد ذاتها لا تسمح بخلق الأفكار الجدية. الأفكار السياسية الجديدة التي تحدد البرنامج، وتحليل الرهانات المعقدة للمجتمع، لا تنبثق عموما عن النقاشات في المنتديات والشبكات الاجتماعية: وبالأحرى تبقى من اختصاص الخبراء، ومجموعات العمل حول المرشحين. أما فيما يخص العموم، فالويب تعزز من حيث المبدأ إعلاما موسعا للمواطنين، لكن تبقى على الأقل في المقام الأول قريبة من شريحة المستخدمين للإنترنت وأكثر ترابطا واهتماما بالسياسة: إنها حقا لا تضاهي الولوج في المجال السياسي. وفق تركيبة باتريس فليشي، فإن «الهوة الديموقراطية تكون ظاهرة بوضوح أمام الهوة الرقمية»[28].

يبدو إذن أن «التواصل المتشعب»la communication en rhizome[29] الذي تعززه الشبكة العنكبوتية في الميادين الثقافية لم ينتج بعد الميدان السياسي. فتأثير الشبكات الاجتماعية في التصويت مازال حتى الآن هامشيا. ومع ذلك فإن الإنترنت تتجاوز دائما وسائل الإعلام التقليدية بالسرعة في تمرير الأخبار وأيضا من حيث الفورية خلال الأمسيات الانتخابية على التلفاز (عدد من الناخبين يعرف نتيجة

التصويت قبل بثها بفضل مواقع الأخبار الفرانكفونية في الخارج). بمعنى أن الويب ستستمر في إحداث تغيير عميق لإعادة تشكيل السياسة في السنوات المقبلة.

مشاركة المواطنين عبر الإنترنت

من المجال التداولي إلى المجال التشاركي

لنوسع الآن الأفق بالعودة نحو تصرف المواطنين، ليس فقط في إطار الحملات الانتخابية، بل عموما فيما يخص النقاش العام. سنأخذ هنا الفكرة التي أتت بها جوزيان جوويJosiane Jouet[30] التي تتحدث عن «ثقافة جديدة مواطنة» حيث تبقى الملامح شيئا ما غامضة ومتحركة، لكن في الحقيقة فإنها تبدو ثابتة بشكل متزايد بملاحظات تجريبية متعددة. فإذا كانت الإنترنت لم تبرز حقيقة «الأغورا» الإلكترونية الجديدة كما يسميها البعض، ولم تقم بعد بثورة حقيقية في توظيف ديموقراطياتنا، فعلى الأقل ستبقى وسائل الإعلام الرقمية الجديدة التي تسمح للكثير من الأشخاص من المشاركة، وفق درجات مختلفة، في نقاشات عبر الإنترنت فيما يتعلق بالرهانات ذات الطبيعة السياسية.

وفي الواقع، لقد توسع بشكل كبير طيف أشكال التدخل، كاتخاذ المواقف حيال المنتديات الحوارية، وإنشاء مدونات سياسية، وتبادل الفيديوهات التي يظهر فيها السياسيون، والمناقشات البسيطة على الشبكات الاجتماعية... إلخ. وأصبحت طرق الحديث السياسي عبر الويب متنوعة من دون شك، وتستخدم بكثرة وبأشكال مختلفة، وهي بعيدة كل البعد عن أن تشمل كل العالم، لكنها بدأت تعمل كبقعة زيت حول شريحة من السكان معزولة عموما عن كل التزام مدني. وفي هذا الاتجاه، حيث تظهر ثقافة جديدة مواطنة، فإنها ترتكز على ممارسات الناس اليومية والاعتيادية، لتشمل مجموعة واسعة من الأنشطة تنطلق من البحث عن المعلومات حول قضية عامة إلى غاية الحوار السياسي الحاد في المنتديات الحوارية للأحزاب السياسة. وهذه الثقافة المواطنة تبلورت بشكل ما بالاستعمالات الجديدة لوسائل التواصل وبتكثيف سجلات التعبير (النشر الذاتي والتبادل عبر الإنترنت)، فبدأنا نلاحظ تدريجيا شكلا من التهجين بين الاستخدامات الشعبية للإنترنت واستخدامات المواطنين[31].

ويتعين إذن الأخذ بعين الاعتبار الأشكال الجديدة للمشاركة السياسية حيث أصبح في مقدور مستخدمي الإنترنت أن يكونوا منتجين للمحتويات، وأن يتجنبوا الحوارات الرسمية، ويقوموا بتحويلها أو السخرية منها خلال ممارسات «الريمكس» والأعمال الإبداعية البسيطة. ووفقا لبيبا نوريس Pippa Norris[32]، فإن انتقادات المواطنين ستزداد تجاه المؤسسات والنظام السياسي تحت تأثير انتشار التكنولوجيا الرقمية الجديدة. وسيصحبون أكثر نشاطا ليسهموا في ازدهار ثقافة حقيقية تشاركية تتجاوز الحقل المغلق للالتزام السياسي التقليدي. فالمشاركة ليست فقط على الشبكات الاجتماعية المناضلة عبر الويب بل أيضا عبر جمعيات المجتمع المدني، ولجان الأحياء، وممارسات الصحافة المواطنة، ومواقع تبادل المضامين، والمنتديات الحوارية حول البرامج الساخرة. فهذا الميل الزائد إلى المشاركة في الشبكات الاجتماعية يبرز عبر الإنترنت وغيرها.

وكما يشير لورنس مونوير - سميث Laurence Monnoyer .- Smith، «يهجر السياسي تدريجيا الساحات التقليدية من أجل تطويق الفضاءات الافتراضية، حيث يمكن للخطابات السياسية أن تأخذ شكل حجج مع اللجوء إلى الأشكال الدلالية المختلفة»[33]. ومنذ تلك اللحظة، تستطيع تلك الحوارات المركزة حول التربية، والصحة أو البيئة، إخفاء المضامين السياسية بمفهومها العريض التي ستنشر في المنتديات الحوارية والشبكات الاجتماعية. وفي السياق نفسه، يعرض المستخدمون للإنترنت (من الشباب غالبا) بصفة عرضية على تلك الشبكات لبعض التعليقات التي تمزج بين المسائل الشخصية في الحياة العادية وإشارات الأحداث اليومية، ويستطيعون أحيانا التعبير بإعطاء الرأي حول تدبير المدينة والأحكام بخصوص بعض القرارات ذات الصبغة السياسية. وبعبارة أخرى، فإن البعد العملي للملاحظات، وارتباطها بتجربة الأفراد، يسود على الاعتبارات الأيديولوجية البحتة. فامتزاج الحوارات الخاصة والخطابات العامة، التي تجمع مضامين نصية، وصوتية ومرئية بفضل الإمكانات المتعددة لوسائل الإعلام، يغشي القطيعة بين الخشبة والكواليس، التي تذوب جزئيا الحدود بين الأعلى (المنتخبون، أصحاب القرار، الخبراء) والأسفل (الناشطون، المتعاطفون، غير المنخرطين)، وبين المحترفين في السياسة والهواة.

فوسائل الإعلام الرقمية باستطاعتها إذن أن تسمح بإسماع أصوات في المجال العام ووجهات نظر ظلت مهمشة أو التي لا يُستمع إليها إلا نادرا في وسائل الإعلام التقليدية. وفي هذا المنظور، يُكشف عن أوجه القصور في النظام التمثيلي الحالي، بالتقاط التوقعات وانشغالات السكان العميقة والحقيقية. وبذلك تعزز ظهور شكل جديد من الخطاب السياسي، ومواطنة يعيشها الأفراد أنفسهم، بعيدا عن أشكال الوصاية العادية للسلطة أو التبادلات المؤسساتية الاعتيادية.

وتقدم شبكة الإنترنت، كما نرى، فرصا جديدة للديموقراطية تتجلى في إمكانية أن يعلن المواطنون عن آرائهم على نطاق أوسع، وأن يناقشوا مباشرة، عند الاقتضاء، أعمال المُنتخبين. فتبدو التطورات إذن في هذا المجال أكثر حساسية لأن وسائل التواصل عبر الشبكة تمكن أولئك الذين لا يجرؤون على التعبير وجها لوجه وعلى الملأ، من أن يأخذوا الكلمة إن أرادوا. ومن جهة أخرى، يتعين الإشارة إلى الملاحظة التالية: فتلك الأشكال التشاركية لا تمس بداهة إلا بعض الفئات من الساكنة. على أي حال، فكل نقاش عبر الشبكة لا يجسد في الحال، كما يتصور بعض الهواة المتملقين «fervents thuriféraires». فالأغورا الأثينية لا تُعزّز بالضرورة بشكلها التشاركي الجديد «الديموقراطية الحوارية» التي يعلق عليها البعض آمالهم[34]. ويتعين أن تكون النقاشات منظمة، وأن تنتج تبادلات مقنعة، وفي النهاية يتم الحسم في اتخاذ القرار، الذي يكون أحيانا ممكنا[35]، لكن ليس بالأغلبية المطلقة. فالاستبداد بالآراء الأكثر إبهارا يشكل خطرا يجب درؤه.

ومع ذلك فإن التعبير عبر الشبكة أسهم - نوعا ما - في زعزعة أنماط تفكيرنا، وخلق أشكالا جديدة من الخطابات التي لا تستوفي بتاتا المعايير المثالية للتداول المصوغة حول الخطاب العقلاني - النقدي كما يقول جورجين هابرماس Jürger Habermas. أشكال التغيير تكون فيها أكثر مرونة أو رسمية، وتكون طرق التدخل فيها أكثر تفاعلا وتعاطفا، وبالأخص كون مستعملي الإنترنت يسجلون في كثير من الأحيان مواقفهم بخيبة الأمل، وبالسخرية أو التنديد خلال ممارسة المؤانسة الاعتيادية. ويبقى إذن التفكير في إنشاء شكل جديد من الحوار والتداول السياسي، يأخذ بعين الاعتبار تلك الفضاءات للتعبير التشاركي.

من النشاط النضالي إلى اليقظة المواطنية

ظهرت أخيرا أشكال أخرى من الحوار والالتزام بفضل التكنولوجيات الرقمية الحديثة.

وبعض المبادرات المنبثقة عن الناشطين المناهضين للعولمة في السبعينيات والثمانينيات قد استعيدت في الواقع على الإنترنت من خلال التيارات السياسية التي تتحدى السلطات القائمة، لاسيما تركيز وسائل الإعلام الرأسمالية والخطاب السياسي الليبرالي المهيمن. في فرنسا، أخذ النضال عبر الإنترنت[36] شكله خلال سنوات 1990 - 2000: حركات «من دون حقوق» (من دون - أوراق، من دون بيت... إلخ)، وجمعيات مثل «Act Up» و«Attc» استخدمت الويب من أجل التنظيم. وقد ازدهرت فعلا في العام 1999 مع حركة احتجاج ضد المنظمة العالمية للتجارة (OMC) بـ«سياتل» وذاع صيتها عالميا خلال أول منتدى اجتماعي عالمي في بورتو أليغري في العام (2001)[37]. ولقد جرى الانتباه إلى أن الإنترنت، بفضل مرونتها وسرعتها، في البث الفوري للأخبار لكل المتعاطفين، تقوم بحشد أكبر عدد من الناس وإبراز الدفاع الجماعي عبر التنسيقيات التي تستمر في الاتصال عبر الشبكات الرقمية وبالمراقبة والنقد المتبادل، فحاولت تلك الجماعات أن تسيّر نفسها بالحوار وتبادل وجهات النظر، من دون الرجوع إلى سلطة مركزية، بكونها منقادة ببساطة بإحساس مشترك للدفاع عن قضية عادلة. وتعتبر تلك الحركات الاحتجاجية في عين الفاعلين وعدا بالتحرير أو الانعتاق خارج البيئة التقليدية للنشاط السياسي وبرهانا على تنفيذ الممارسات البديلة للديموقراطية التمثيلية. فبدأت الإنترنت تظهر حينئذ كدعامة شكل جديد من النضال، وكدليل جديد للنشاط الجماعي وكرمز لاستعادة النقاش العام من طرف المواطنين الأكثر تسييسا.

وفي سياق تعبيري عام للاحتجاج على الحكام، فإنه عادة تُشجع الالتزامات والتعبئة الظرفية، المرتبطة بالأحداث اليومية، مع منح الفرصة لتمرير أخبار مضادة أو إجراء حوارات مضادة حيث يمكن أن يكون صداها في تلك اللحظة. إنها التفاعلية بين مستخدمي الإنترنت التي تشكل تلك الجماعات، كما يحدد دومينيك كاردون وفابيان غرانجون: «في عالم (أوفلاين L'univers offline) تصمد المجموعات لأن الأشخاص المجتمعين يتبادلون سلفا نظام القيم والفوائد التي قد تدفعهم إلى

التوافق. وفي عالم (أون لاين online) فإن تلك القيم المتبادلة تكون جيلا ناشئا من التفاعلات ما بين المشاركين الذين يمزجون تدريجيا الهويات والمعتقدات الجماعية»[38]. وما يُخترع على الويب المناضل يعتبر كحلبة رقمية حيث تتطور جماعيا الحوارات البديلة في وسائل الإعلام المهيمنة، وحيث ترسم أشكال الالتزام التي لا ترتكز إلى الانخراط (في حزب أو في تجمع موجود من قبل)، لكن على تجميع تدريجي للأشخاص بأصول وبيانات متنوعة.

وفي هذا الاتجاه، فإن الإنترنت لا تشكل فقط شكلا اجتماعيا، بل شكلا سياسيا كاملا كما يقول بيار روزانفالون Pierre Rosanvallon. لأنه بغض النظر عن كونها تعزز التفاعل بين الأفراد ومرور الأفكار والآراء بكل حرية، فإنها تشجع أيضا على التعبير الحساس للرأي العام، ومن ثم تصبح شيئا فشيئا فضاء لرصد وتقييم العالم. إنها تتجاوز الإطار التشاركي البسيط في الحياة العامة في حدود الأبعاد الثلاثة ضد - الديموقراطية التي قال بها مؤرخ الفكر السياسي: اليقظة والشجب والتدوين. وهذا يؤكد أن الإنترنت «تعبير صادر عن طرف السلطات»[39]. والتوتر بين القطب التمثيلي (المنبثق عن الانتخابات) وعالم ضد - الديموقراطية (المنبثق من التجمعات المعبئة) يبدو منذ الوهلة الأولى أكثر توهجا. فعلى الويب، يستطيع المواطنون مراقبة الدولة والمسيرين، وشجب ما يقترفونه من ممارسات غير ديموقراطية وتقييم - بواسطة تقديرات موثقة - كفاءة الحاكمين. والمستخدمون للإنترنت يطورون بممارساتهم وتدخلاتهم الهادفة، شكلا من اليقظة المواطنة: حيث يكون نجاح الملاحظات بكل أنواعها، لجان اليقظة «Watchdog commitiees» والمبلغون «Whistleblowers». وفي المقابل، وهنا مكمن الخطر، فإن الدول والأنظمة الشمولية تستغل فرصة الإمكانات الراهنة للإنترنت لتضع التدابير الاحترازية لمراقبة التبادلات على الويب.

من الاستخدامات التخريبية إلى الاستخدامات القمعية على الويب

أحسن وسيلة لإدراك التنديد على الإنترنت هي الرجوع إلى ثقافة (لول) «lol»، تلك الطريقة الفريدة في السخرية من بعض الأحداث أو بعض الحالات، بالضحك والغمز. فروح الدعابة والحماقة التي يعبر بها بعض مستخدمي الإنترنت تتحول

في كثير من الأحيان إلى سخرية ماكرة، وقبح مجاني ويظهر ذلك في«lulz»، التي تعني الضحك على الآخرين والتمتع بمصائب الآخرين على الويب. ويمكن أحيانا أن يكون ذلك شكلا من القسوة الضارة: الأضرار النفسية للأشخاص الذين يتعرضون لها تكون فاجعة. وهذا السلوك العدواني والتهكمي الذي يمزج بين «لول» و«ليلز» بدأ يظهر على المستوى السياسي وأفرز أعمالا استفزازية مثل قرصنة بعض المواقع، واختلاس فيديوهات رجال السياسة، وهجومات تستهدف المؤسسات أو الحكومات التي تمارس الرقابة، وعزز مركز المحب للعدالة والمصلح الذي يكون لديه من دون شك التأثير القوي، كما أثارت مونيك دانيو Monique Dagnaud، بخصوص حركة الهاكر haker[40] حيث إن أحد أهدافها مقاومة المحاولات المتعددة لتدخل الدولة في الثقافة الحرة على النت.

ينظر اليوم إلى الهاكرز كقراصنة على الويب[41] باستطاعتهم الوصول إلى الأجهزة المعلوماتية، ولهم القدرة على فك الرموز المحمية، بحجة العدالة والمساواة في الوصول إلى المصادر المعلوماتية؛ والدعوة إلى حرية التعبير والحصول على كل المعلومات والمعطيات (مبادئ البرمجيات الحرة، لـ «أوبن سورس Open Source» و«أوبن داتاOpen Data »)، ويجسدون بذلك شكلا من التنديد على نظام الملكية. وأيضا يعملون على تطوير علاقة بديلة للزمن، والنقود والعمل، ومن ثم الحديث عن «سلوك الهاكر»، حيث إن بعض الباحثين لا يترددون في معارضة الأخلاقيات البروتستانتية للعمل التي حللها ماكس ويبرMax Weber[42]. وهنا أيضا يرفعون راية لمقاومة النظام القائم.

هكذا تتداخل في أغلب الأحيان كل من الدفاع عن «القيم الأخلاقية للنت Netéthique» والأهداف السياسية الهدامة للأعمال التي يقومون أو يشرعون فيها. فعمليات التعبئة التفاعلية والاحتجاجية التي قامت بها حركة أنونيموس Anonymous، وهذه الجماعة من الهاكرز التي يضع فيها أعضاؤها القناع، يشكلون أحسن مثال؛ فهم ينددون بالمس بحرية التعبير ويحثون على العصيان المدني؛ لقد اشتهروا في العام 2008 بالقيام بحركات ضد كنيسة السيناتولوجيا. ونجدهم أيضا في الصفوف الأولى خلال ثورات الربيع العربي أو في حركة احتلال وول ستريت «Occupy Wall Street»، أو حتى خلال النضال ضد إغلاق السلطات

القضائية الأمريكية لموقع التواصل «ميغاأبلاود MegaUpload» الذي اخترق قانون حق الملكية في العام 2012. لقد تملق البعض، وشجب الآخرون، ولا أحد غير مبالٍ. فالبعض رأى فيهم ممثلين للعالم الجديد، يعززون ظهور ديموقراطية التبادل والإنتاج المشترك بثورتهم بحق ضد تعسف السلطات في عين المكان (بالأخص فيما يتعلق بتحديد التقنية)، وآخرون يكشفون شكلا من النضال الرقمي الذي يقلص السياسة إلى حجمها النفعي الذي يقوم على مفهوم صبياني مبسط للعالم[43].

وفي السياق نفسه، بالأخص الرغبة في تخريب المنطق الهرمي والممارسة المحيطة بالسرية، فإن موقع بث الأخبار السرية ويكيليكس الذي أنشأه جيليان أسانج Juliane Assange يمثل بدوره جوهر روح الهاكرز. لقد سبق أن رأينا ذلك، بتسريب ونشر مضمون حجم كبير من البرقيات الديبلوماسية الأمريكية، حيث يطالب ويكيليكس بالشفافية التامة للوثائق والمعلومات ذات الصبغة السياسية والعسكرية. هكذا زعزع سياسة السرية للدول الغربية وأثار حالات من الجدل حول المزايا (الوصول بشكل موسع إلى المعلومة) أو الأضرار (رؤية تآمرية للتاريخ) المفترضة لمثل تلك المبادرة.

فالإنترنت ليست مصدرا للانتفاضات والثورات، كما يدعي بعض المحللين المتحمسين بتسرع، لكنها أصبحت من دون منازع وسيلة قوية لانتشار وتوسيع الثورات الشعبية ضد الرشوة واستبداد بعض الأنظمة السياسية، كما رأينا ذلك في الشرق الأوسط. ولا أحد يحتاج إلى الحديث عن «ثورة فيسبوك» للتعرف على الوسائل الجديدة للتواصل (قنوات الأقمار الاصطناعية العربية، والإنترنت، والهاتف النقال، والهاتف الذكي) التي أسهمت بشكل قوي في بلورة وانتشار السخط على الناحية السياسية، والاقتصادية والاجتماعية، وإعطاء صدى عالمي للحركات الاحتجاجية ضد السلطات في عين المكان. وسنذكر هنا أن نشاط الحراك العربي عبر الشبكة مثل استعمال المدونات والشبكات الاجتماعية في بعض الدول في الشرق الأوسط لا يُؤرخ بربيع 2011 وإنما يتعين الرجوع إلى بداية سنوات 2000 من أجل فهم الموضوع[44]. ويتعين الإشارة أيضا إلى الدور البارز الذي أداه تويتر في الانتفاضات الشعبية التي تلت الانتخابات الرئاسية للعام 2009 في إيران، حيث اتُهم الحكم بالتزوير الانتخابي: لقد أسهمت الشبكات الاجتماعية بشكل

كبير في نشر الصور وفيديوهات الهواة. تلك الحركات الاحتجاجية التي أتاحتها الوسائل الرقمية، ومنذ ذلك الحين أخذت حجمها.

على سبيل المثال، إن ذلك الغليان الذي شهدته مصر وتونس في العام 2011[45] يؤكد أيضا تأثير الويب والشبكات الاجتماعية في الحكام والمتظاهرين. فالاستعمال المكثف للتكنولوجيات الحديثة في التواصل عزز، كما يبين إيف غونزاليس - كويجانو Yves Gonzalez Quijano[46] التقاطع بين المجال الحواري (بالخصوص المنتديات الحوارية) والمجال العمومي. لقد استعمل «السيبرانيون cyberactivistes» فيسبوك من أجل إعداد خطة الاحتجاج، وتويتر من أجل التنسيق، ويوتيوب من أجل بث الصور نحو الخارج والأخبار حول تطور الوضع. لقد ساعدت الويب في نجاح تلك الانتفاضات، لكن لم يكن لها الدور الأساسي في إشعالها. وبالتالي فإنه يتعين تحديد نسبية الشبكات الاجتماعية إلى حد ما، من دون إغفال حد الفقر، والبطالة، والتفاوتات الاقتصادية والاجتماعية، وهيمنة طبقة سياسية مرتشية، وهذه كلها أسباب حاسمة في تلك الانتفاضات. هذا مع الإشارة إلى أنه من دون مساعدة التكنولوجيا الرقمية فإن الربيع العربي لن يعرف تلك القوة وذلك الصدى. فاستعمالات الويب للاحتجاج فتحت الفجوات في احتكار المعلومة، ودمرت أشكال التحكم الاجتماعي الموجودة، وسمحت بتوفير التوثيق لمختلف أعمال القمع المقترفة من طرف الدول[47].

ومع ذلك، فلا يمكننا أن نحتفظ بهذه الرؤية الأقل تفاؤلا حول تأثير وسائل الإعلام الرقمية على الأنظمة الشمولية، فلهذه التكنولوجيات الجديدة آثارها السلبية: قد تقوي من القدرات على التحكم والقمع.

وأمام انتشار التعبير والصور، فإن بعض الدول وضعت ترسانة من أجهزة المراقبة في السنوات الأخيرة، وأسهمت في تعزيز المراقبة الاجتماعية في عديد من الدول حيث تكون الديموقراطية في كثير من الأحيان مجرد كلام. يتحدث الباحث البيلوروسي افجيني موروزوف Evgeny Morozov في هذا الخصوص عن «وهم النت»[48]: الإنترنت، بالتأكيد قد تظهر كوسيلة للتحرير، لكنها قد تكون دائما أيضا وسيلة للقمع لأن السلطة المحرِّرة لفيسبوك أو تويتر قد تتناقض دائما مع الحقائق. وهذا ما لاحظناه في إيران في العام 2009 حينما جمعت السلطات صور المحتجين

ونشرتها على المواقع الرسمية من أجل محاولة تحديد الهوية. ونفس الحالة وقعت في الصين[49] حين حاول النظام، في إطار سياسةٍ تمزجُ بين الخير والشر، والانفتاح والحراسة، لمراقبة مضمون الشبكات الاجتماعية، وحيث يجبر غوغل أو فيسبوك على الامتثال لطلباتها. فالأنظمة الشمولية تتجه كذلك نحو استخدام الإنترنت من أجل تكثيف حجم الدعاية، ومتابعة وحبس المعارضين الذين لديهم على مدونات ويقومون من خلالها بالشجب، ووضع التقنيات الدقيقة لتصفية الحوارات على الويب. فما بين الحرية والعبودية[50]، فإن الطريق من أجل تدبير متوازن للشبكات الرقمية يبدو، كما نرى بأنه ما زال ضيقا جدا.

خاتمة

مع استكشاف أرضية التواصل الرقمي الجديدة التي تتشكل شيئا فشيئا أمام أعيننا، فإن عالم الاجتماع يواجه - وذلك ليس مفاجأة - بعض الصعوبات في اعتماد خلاصات نهائية بخصوص موضوع متقلب، مثل تأثير التكنولوجيا الرقمية في العالم الثقافي. وتلك الصورة التي جرى اتخاذها، ينبغي أن تُقرأ كعرض ثابت بشكل مؤقت لأحد المناظر الطبيعية التي لاتزال تتطور وتتغير بوتيرة سريعة، من دون أن نعلم جيدا الكيفية التي سيكون عليها مستقبلها. ومع غياب القدرة على التنبؤ بمآل التشكيل الجديد للمجال الثقافي، يمكن للمرء - مع ذلك - أن يحاول فهم بعض الاتجاهات الرئيسية القليلة التي تلوح في الأفق.

«إن سوق الرؤية الجديدة المرتكزة جزئياً على مقياس الويب تزعزع أو تنزع حتى شرعية أشكال الاعتراف الموروثة من الثقافة التقليدية»

فتأثير الرقمنة اليوم ذو حدين، حيث يتداخل تعدد وتضارب المنطق على الدوام. وكما هي الحال في كل تجديد تكنولوجي يقوم في المجتمع بوتيرة سريعة؛ فالرقمي يظهر في الواقع كأنه يانوس ذو الوجهين Janus bifrons، وتجديد للآثار المترددة، أو - بعبارة أدق - مثل «فارماكون» pharmakon، ودواء وسم في الوقت نفسه وفق التوصيف الشهير للكتابة من قِبل بلاتون، والذي استعاده بيرنار ستييغلر Bernard Stiegler[1] بخصوص التكنولوجيات الرقمية. في الواقع، إن مثل تلك النقاشات المتعلقة بموضوع الإنترنت والرقمي سبق أن أثيرت بشكل ما حينما ظهرت الشاشة الصغيرة، والتي اعتبرت مباشرة كوسيلة هائلة للاكتشاف والتواصل، لكنها اتهمت مباشرة بأنها تكرس سلبية المشاهد وحماقته.

فحجم التغيير الناجم عن انتشار التكنولوجيات الرقمية أصبحت له طبيعة مختلفة، والسؤال الذي يطرح نفسه بصددها هو ما إذا كان ذلك في الأصل مجرد تغيير تدريجي بسيط، والذي سبقت ملاحظته عدة مرات في الماضي، أو على العكس إذا كنا بصدد ثورة ثقافية عميقة تمس كل قطاعات النشاط البشري، فهل يتعلق الأمر بانعطاف بسيط في الاستخدام أو قطيعة حقيقية؟ هل يتعلق الأمر بتغيير في الحجم أو تغيير في الطبيعة؟ ورغم عدم وجود أي سيناريو نهائي حتى الآن، فسيكون الميل نحو الخيار الثاني مع التحديد - على الفور - أن لتلك القطيعة حدة ووتيرة تختلفان وفق المجالات المختلفة، حيث لاتزال بؤر المقاومة قائمة مع وجود عدد كبير من الفوارق الاجتماعية والثقافية.

لقد عززت الأدلة الرقمية - لأول مرة - شكلا جديدا من الحساسية يسمى «ارتباطية» connexionniste، وعلائقية تبرز بأشكال مختلفة؛ فهذا الوجود الموصول أو، وفق البعض، هذه الفردانية الموصولة، تغير ملامح حالتنا الشخصية، وتؤثر في الأشكال الاعتيادية لكل من الاعتراف والسمعة الشخصية. وهي تُخلّل أيضا - بشكل متزايد - معايير الحكم المستخدمة في المجال الثقافي. إن سوق الرؤية الجديدة المرتكزة جزئيا على مقياس الويب تزعزع أو تُنزع حتى شرعية أشكال الاعتراف الموروثة من الثقافة التقليدية، مع تشجيع شكل من النشاز الثقافي[2].

ومن ثم يمكن القول إن الرقمي لم يهدم فقط الترتيب والتسلسل الهرمي الأكثر اعترافا، بل يحاول كذلك أن يبهت الحدود بين المبدعين أو المنتجين من جهة،

والمستهلكين أو المستقبلين من جهة ثانية. والثقافة التعاونية التي تنتشر اليوم عبر الويب والشبكات الاجتماعية تقيّم في كل الأحوال بقوة دور الهواة، وتُشجع مرور وتهجين الأعمال بالدعوة إلى ثقافة «غير مسجلة الملكية» والمجانية، والمكونة من الإعارة و«الريمكس». إنها كفاءات معرفية جديدة تبدو هكذا بارزة بفضل الاستعمال المكثف للوسائل الحديثة في التواصل، والشاشات وألعاب الفيديو.

كما أصبح من السهل الوصول إلى المضامين الثقافية بجميع أصنافها، إلى درجة أن نطاق المعلومات المتاحة للمستخدمين اليوم يبدو غير متناسب مع العرض المتاح سابقا، وهذا التغيير العميق والمستمر له مؤثرات في طرق الوصول إلى الأخبار والمعلومات: يزداد مع مبدأ دمقرطة المعارف والقدرة على المعرفة؛ لأن كل شيء أصبح تقريبا في المتناول بمجرد لمسة زر.

إن انتشار المواقع الإخبارية، وتوسيع متابعة الموسوعات الجديدة عبر الويب، وتعدد المنابر لتداول المضامين أدت أيضا إلى تفاعل كبير بين الخبراء والأفراد العاديين، وبين المهنيين والهواة. وهذا التحول في إعادة التشكيل الثقافي يدفع الجمهور إلى التحلي بقدر من التكامل فيما يخص الاستعمالات بين وسائل الإعلام التقليدية والوسائل الرقمية، ويؤدي إلى انفجار في طرق الاطلاع على الأخبار.

«قوة التعاون الضعيف» force des coopérations faibles عبارة شهيرة تؤدي في النهاية إلى حرية التعبير الاعتيادية. والديموقراطية من الأسفل أو الديموقراطية الأفقية التي كثيرا ما تباهى الفاعلون بها في ميدان الإنترنت، لاتزال حقا بعيدة عن كونها قاعدة؛ ومع ذلك فإنها تتظاهر بمواقفها وتعليقاتها الأكثر ترددا على وسائل الإعلام الرقمية. وهذه الأخيرة تميل شيئا فشيئا إلى تنظيم النقاش الجماعي حول الأحداث والقضايا العامة، حتى لو كان هناك حاليا أقلية من الجمهور تستحوذ على فضاءات الحوار والمواجهة؛ فالويب والشبكات الاجتماعية تقوم مقام صدى الصناديق الرنانة من أجل الحركات الاحتجاجية، وقوة موجهة لتحدي الأنظمة السياسية الشمولية.

فكل التحولات الجارية - وأيضا الأخرى التي أُدرجت على سبيل المثال - تؤكد استمالة نحو عالم آخر، حيث تستوضح الملامح شيئا فشيئا، بخلخلة الحقائق والعادات بحدة متفاوتة، لكن بحركة تبدو حتمية. وليس هناك أي شك في أن

التكنولوجيات الرقمية تُوسع مجال تصرف الأفراد، وتُمثّل في هذا المجال وسائل قوية للتقدم. وفي هذا الاتجاه، فإن الرقمي يشكل تقدما كبيرا. ولا يتعين هنا تجاهل الحدود، ولا المرور في صمت أمام الأخطار المحتملة. وذلك بذكر البعض منها الأكثر بروزا.

فالتكنولوجيات الرقمية الجديدة تولد - بدرجات متفاوتة - ارتباكا تقليديا في المجال الثقافي الذي يواجه بروز ظاهرة كبيرة: «نهاية (أو على الأقل تقليص أثر) الوسطاء» La désintermédiation وفق رطانة المختصين. وابتداء من اللحظة التي يستطيع فيها كل شخص أخذ الكلمة حول أي موضوع، وإرسال تعليقات، وطرح رأيه خلال حوار مباشر عبر الشبكة، ووضع معرفته رهن الإشارة لأكبر عدد؛ ففي تلك اللحظة قد يكون في استطاعة كل العالم – بداهة - التجريب والإبداع بفضل الآليات والوسائل الرقمية الجديدة (مضامين منتجات ذاتية)، حيث يفقد دور المختصين والخبراء أهميته. لماذا الاستمرار في طلب الخبراء المرخص لهم، والسلطات القائمة؟ ومع ذلك، هل في إمكاننا حقا تصور ديموقراطية من دون هيئات وسائطية، وهل في استطاعتنا وضع ثقافة من دون سياقات وتسلسل هرمي فعلي؟ هذا أحد الرهانات الأساسية لازدهار الرقمنة حاليا: مضاعفة المضامين لصحة وموثوقية الرسائل التي تمر على الويب، بتشجيع ووضع منظور للأخبار والمعطيات؛ فغياب المصفاة والفرز، كما هو معروف، يسهل الانزلاقات في التعبير عن الآراء، بمرور عبارات بذيئة، ويفرز دائما التهجئة الخاطئة، وبالأحرى تواصلا أفضل بين البشر.

إن الاستعمالات الجديدة للإنترنت والشبكات الاجتماعية تقود أيضا، كما يقال دائما، شكلا من الانسياق في المضامين الرقمية؛ فالتواصل مع الغير أصبح يتطلب - بشكل متزايد - معايير محددة من طرف الآلة، وحسابات رياضية، ونظام حلول حسابية يفرض علينا احترام تراتبية داخلية؛ فالرمز قد يهزم الإنسان، وفق قول جارون لوريي Jaron Laurier[3]، أحد الزعماء الأمريكيين للتكنولوجيات الجديدة الذي يخشى بصراحة تأسيس نظام التلاعب بالتصرفات. ثم يمكن التساؤل، بشكل موسع، عن مدى التجديد الثقافي الظاهر على الويب في مختلف الميادين (الموسيقى، والأدب، والفن... إلخ). في الواقع، إن ذلك يوجد - من دون شك - في بعض القطاعات، لكن يبدو على الرغم من الفوارق والظاهرة، محدودا في بعض أشكال التجريب

الفريدة. علاوة على ذلك، فمعظم المعلومات (بمعنى الأخبار) التي تعرض على الويب والشبكات الاجتماعية تمثل في الواقع شكلا من إعادة معالجة المعلومات المنشورة عبر وسائل الإعلام الكلاسيكية، مع أن هناك مواقع تطرح إضافات وتحليلات غير مسبوقة. وطرف التجديد الفعلي في هذا المجال يبقى أكثر نسبية، على الرغم من تحويل الحدود أو الإطارات التي تكون في بداية التشكل. فللثورة الرقمية علاقة بانتشار وسائل الإعلام وتنوع سبل الوصول إلى الثقافة، بخصوص حجم وتوسيع الممارسات والأصالة الذاتية للمضامين نفسها؛ فثقافة التقاسم تشجع على المصادقة على المحتويات، لكن لا تشجع بالضرورة سياسة الإبداع[4].

إن عملية إعادة التشكيل المتدرج للاستخدامات والممارسات تميل - من ناحية أخرى - نحو تأسيس «إحساس» استعادة للعبارة التي استخدمها فرانسوا هارتوغ François Hartoug[5]؛ في تقييم الفورية والمدى القصير كطريقة مفضلة للوصول إلى الثقافة والترفيه، وحتى تأسيس وجود سلسلة من المحفزات التي تأتي بها النصوص والصور المدرجة بواسطة الأجهزة الرقمية. ويتعين إذن الحذر من طغيان تلك اللحظة السانحة في عالم من دون حدود، من منطق التوصية والرؤية المنشورة على الإنترنت، والتي تستغل تجاريا من طرف المواقع، والمنابر، والشبكات الاجتماعية الطامعة في الربح المالي. والتركيز القوي للثروة في يد بعض عمالقة الويب يطرح في الواقع مشكلا ويشكل مفارقة، حتى لا نقول تناقضا، في عالم من المفترض أن يعزز الحرية لا تركيز السلطة. ألم نعد، حقيقة، خاضعين بشكل متزايد لعمليات الرقمنة وللإمبراطوريات الصناعية للويب حيث تشكل لها الثقافة أحد أشكال المواد التحفيزية من أجل استقطاب أكبر عدد من مستخدمي الإنترنت، ومن ثم إدخال هيئة الدفاع عن الخصوصية؟

إن السهولة التي يجري بها حاليا التدقيق في تصرفاتنا التجارية وتحليلها، وأيضا غير التجارية، تؤكد أن التكنولوجيات الرقمية لا تختزل في أدوات التحرر، بل إنها تشمل أيضا بذرة الأشكال المتجددة لتوجيه الأفراد واستهدافهم. وهذا الرصد الواسع النطاق لأفعالنا وتحركاتنا على الشبكة العنكبوتية يمتد إلى ما وراء المنطق الاقتصادي والمالي، ويلمس أيضا، ولا أحد يجهل ذلك، تصرفاتنا السياسية. إنه يقود إلى ممارسات تجسس متطورة جدا، والسيطرة على الأقل إثارة للقلق التي تتحدى الرؤى المثالية لمجتمع يُدعى «الرقمي».

فالتكنولوجيات الرقمية، خصوصا في الميدان الثقافي، ليست سوى انعكاس للاستعمال الذي يقوم به المرء، ولا يمكن أن تُحلل بمعزل عن الفاعلين الذين يمتلكونها. ومن المؤكد أنها لم تضع حدا لعدم المساواة فيما يتعلق بالاستعمال، ولم تخف سوء التفاهم بين البشر، ولم تقلص بتاتا النزاعات. لكنها وسعت بشكل ملموس إطارنا الزمكاني، ووفرت لنا ولوجا غير محدود إلى المعارف، ورفعت من قدرتنا على التبادل والمشاركة؛ فهي تحاول إذن - بشكل ما - تغيير تصورنا للعالم. وبعيدا عن كل القيود، فإن عالم التكنولوجيا الرقمية يشكل وسيلة للتحرر والهيمنة في الوقت نفسه، وفي كل الأحوال فإنه لايزال في الوقت الراهن وعدا وتحدّيا.

الهوامش

المدخل

(1) La condition numérique, Jean-François Fogel et Bruno Patino, Paris, Editions Grasset, 2013.

(2) Michel Serres, Petite Poucette, Paris, Éditions Le Pommier, 2012.

(3) Cédric Biagini, L'Empire numérique. Comment Internet et les nouvelles technologies ont colonisé nos vies, Montreuil, Éditions L'Echappée, 2012.

(4) Voir en particulier François Caron. Les deux Révolutions industrielles du xx siècle, Paris, Albin Michel, 1997, ainsi que son entretien « Internet, c'est la troisième révolution industrielle » publié dans L'Express du 24 avril 2000. Dans le même ordre d'idées, se reporter également à Jeremy Rifkin, La Troisième révolution industrielle, comment le pouvoir latéral va transformer l'énergie, l'économie et le monde », Paris. Éditions LLL, Les liens qui libèrent, 2012.

(5) Fort bien décrite et analysée par Hartmut Rosa, dans son livre Accélération. Une critique sociale du temps, Paris, La Découverte, coll. L Découverte-poche, industrielle du xx siècle. Une critique sociale du temps, Paris, La Découverte, coll. La Découverte-poche, 2013.

(6) Jeremy Rifkin, L'Age de l'accès. La nouvelle culture du capitalisme, Paris, La Découverte, coll. La Découverte-poche, 2005.

(7) Nicolas Vanbremeersch, De la démocratie numérique, Paris, Éditions du Seuil, 2009, p.24 et suivantes.

(8) الثقافة هي وحدة معقدة تتكون من القواعد والعادات ومذكرات العمل والتمثيلات التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع.

Jean pierre Warnier, La mondialisation de la culture, Paris, La Découverte, coll. Repères, 1999. P. 13.

ويقول بعض الباحثين يجادلون حول «الإعلام الثقافي»médiacultures لعكس الاضطرابات التي تؤثر في وسائل الإعلام والثقافة والسياسة التمثيلية:

Penser les médiacultures Eric Maigret et Éric Macé (dir.) Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde, Paris, Armand Colin, 2005, p. 11.

والبعض الآخر يفضل التحدث عن «الثقافة الرقمية»:

Christian Licoppe (dir.), L'évolution des cultures numériques Paris, FYP Éditions, 2009, ou d'Hervé Le Crosnier (dir.), Culturenum.

(9) Francis Jutand (dir.) , La Métamorphose numérique Vers une société de la connaissance et de la coopération, Paris , Éditions Alternatives.2013.

(10) هنا لن نعالج الموضوع - بحكم عدم التخصص في الميدان.

الفصل 1

(1) Manuel Castells. La société en réseaux, tome I, L'Ère de l'information, Paris, Fayard, 1998.

(2) من أجل إعطاء منظور للثورة الناجمة عن تكنولوجيا الإعلام والمواصلات، انظر: Manuel Castells، الفصل الأول، المرجع نفسه، La révolution des technologie de l'information الجديد بالنسبة إلى الفترات السابقة، وفق عالم الاجتماع الإسباني المقيم في الولايات المتحدة، ليس الدور المحوري الذي يؤديه الإعلام والمعرفة، لكن تطبيق هذه الأخيرة في عمليات إيجاد المعارف وتحليل/ نشر المعلومة في حلقة مفرغة تراكمية boucle de rétroaction cumulative بين الابتكار واستخداماتها العملية، ص5.

(3) Christine Leteinturier, Histoire des médias numériques , in Christine Leteinturier er Rémy Le Champion (dir.), Médias, information et communication, Paris, Ellipses, 2009, p. 65-88, ainsi le dossier Histoire de l'Internet, l'Internet dans l'histoire , Le Temps des médias, n° 18, 2012.

(4) تفضل الأكاديمية الفرنسية استعمال مصطلح l'internet والجريدة الرسمية (Commission général de terminologie et de néologie) تفضل استعمال internet كاسم من دون بدايته بحرف كبير ((sans majuscule وعلى الرغم من بعض الخلافات حول الموضوع، فقد وظف في هذا الكتاب المصطلح Internet أو internet وفق الاستعمال.

Philippe Breton, Utopie de la communication. Le mythe e du village planétaire, Paris, L découverte, 2004.

(5) نذكر هنا أن الإنترنت هي مجموعة من بروتوكولات التواصل، أما الويب فلا تشكل إلا واحدا من تلك البروتوكولات. ووفق تعريف «ويكيبيديا»: شبكة اتصالات عالمية تسمح بتبادل المعلومات بين شبكات أصغر تتصل من خلالها الحواسيب حول العالم. وتعمل وفق أنظمة محددة ويعرف بالبروتوكول الموحد وهو بروتوكول إنترنت. وتشير كلمة «إنترنت» إلى جملة المعلومات المتداولة عبر الشبكة وأيضا إلى البنية التحتية التي تنقل تلك المعلومات عبر القارات. أما الويب فهي ليست إلا أحد تطبيقات الإنترنت.

(6) سنستعمل هنا من دون تمييز العبارتين حتى لو كانتا هنا غير متطابقتين كليا. تعتبر وسائل الإعلام تكنولوجيا (رقمية)، لكنها لا تختزل (وهي كذلك المؤسسات الإعلامية).

(7) وفق مانويل كاستل Manuel Castells فالوسائط المتعددة تؤدي إلى اندماج كل الرسائل في نمط معرفي جماعي. في الواقع، إن مجرد اختيار محتويات متنوعة جدا في نمط تواصلي «يقلص المسافة العقلية بين مختلف مصادر المشاركة المعرفية والحسية»، La société en réseaux, I, L'Ère de l'information, op, cit., P.240.

(8) انظر:

Le débat, n°170, mai-aout 2012, p. 133-137. « Alexandre Moatti, Le numérique, adjectif substantivé

(9) رقمنة الإشارة تتوقف على نقل الرسائل، والأرقام، والأصوات، والصور على شكل نبضات كهربائية تترجم بالتالي لغة رقمية (0 و1).

(10) Gérard Berry « Pourquoi et comment le monde devient numérique, Paris, Collège de France/ Fayard, 2009.

(11) Milad Doueihi, La grande conversion numérique, Paris, Éditions du Seuil, 2001 ;

وكذلك:

Qu'est ce le numérique ? Paris, PUF,2013.

(12) Milad Doueihi Qu'est ce que le numérique ?; P. 18.

(13) نحن هنا لا نبحث في تاريخ هذا المتخيل الذي أعطى كتابات غزيرة، وإنما نحيل إلى كتاب:

L'Imagination d'Internet, Paris, La Découverte, 2001, و Patrice Flichy Manuel Castells, La Galaxie Internet, Paris, Fayard, 2001,

وكذلك:

Dominique Cardon, La Démocratie Internet, Paris, Editions du Seuil, 2010. La gal axe In ،

(14) Philippe Breton، L'utopie de la communication, le mythe du village planétaire, Paris, La découverte, 2004.

(15) Patrice Flichy , L'Imaginaire d'Internet, op. cit, p. 86.

(16) Howard Rheingold, Les communautés virtuelles, Paris, Adisson Welsey France, 1995.

(17) للمزيد من التفاصيل حول تلك الفترة وتاريخ التكنولوجيات الحديثة، انظر:

Fred Turner, Aux sources de l'utopie numérique. De la contre –culture à la cyberculture, Stewart Brand, un homme d'influence, Caen, C & F éditions, 2012.

(18) Paul Mathias, « Qu'est ce que l'Internet ?, op. cit.

(19) Ibid p. 39.

(20) Ibid p. 54.

(21) Jaques Ellul, La Technique ou L'Enjeu du siècle, Paris, Armand Colin, 1954. Nouv. Edi. Economia 1990.

وتعرفه بالخصوص بالاستقلالية والوحدة والشمولية والعالمية والنمو الذاتي.

(22) Jaques Ellul , Le Bluff technologique, Paris, Hachette, coll. Pluriel, 2004 (1ère édition 1988), p. 275.

(23) حول وجه الشبكة وتمثيلاتها المختلفة منذ القرن 18، انظر:

Critique des réseaux, Paris, PUF, 2003.

(24) ذكر زميله الكندي Harold Innis أن للتكنولوجيات تأثيرا في التنظيم الاجتماعي وثقافة الحضارة، ولوسائل الإعلام تأثير في طبيعة المعارف (الفنون، والفلسفة، والقوانين... إلخ)، وكذلك طرق تخزين وإرسال تلك الأخيرة. انظر:

Harold Innis, The Bias of communication, Toronto Press, 1951.

(25) من أجل تحليل شامل للموضوع انظر:

Francis Jauréguiberry et Serge Proulx, Usages des techniques de communication, Toulouse, Editions Eres, 2011.

عدد من الاعتبارات التالية استوحيت جزئيا من هذا الكتاب. هذا مع الإشارة إلى أنه إلى جانب تلك الخطابات غير الواقعية حول مزايا التقدم التكنولوجي، وحول الوعد بعالم

أكثر ترحيبا وأكثر شفافية، فقد أثارها أيضا المتشبثون بالحتمية التقنية، بالإشارة إلى عواقب انغلاق الفرد على الذات، وخلخلة الرابط الاجتماعي ثم الانعزال.

(26) انظر أعمال عالم الأنثروبولوجيا أندري لوغوا غورهام André Le roi-Gourham الذي لاحظ في العام 1945 أن «التقنيات تكون ضمنيا في مجالين: المجال الخارجي والمجال الداخلي للمجموعة البشرية». ويشمل المجال الخارجي وفق تفكيره كل ما يحيط ماديا بالإنسان (المجال الجغرافي، والمناخي، والنباتي... إلخ). والمجال الداخلي يطابق كل ما هو خاص بالإنسان في كل لحظة. بمعنى «مجال معقد جدا بالتقاليد العقلية». انظر:
André Ler-roi-Gourham. Milieu technique , Paris, Albin Michel, 1973 (1ere édition ,1945) respectivement les pages 333 et 334.

(27) انظر:

Madelaine Akrich, Les objets techniques et leurs utilisations. La conception à l'action, Raisons pratiques, n°4, 1993, p. 35-57.

(28) انظر أيضا:

Josiane Jouet, Pratiques de communication et figures de la méditation. Des médias de masse aux technologies de l'information et de la communication in Paul Beaud, Patrice Flichy, Dominique Pasquier et Louis Quéré (dir.), Sociologie de la communication, CENT, coll. Réseaux, 1977, p. 293.

نفسه، انظر أيضا:

Retour crique sur la sociologie des usages , Réseaux, n° 100, 2000, p. 487-521, et Des usages de la télématique aux Internet Studies, in Julie Denoël et Fabien Granjon (dir.), Communiquer à l'ère numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages, Paris Presses des Mines, 2011, p. 45-90.

(29) انظر:

Francis Jauréguiberry Proulx, usages et enjeux des techniques de communication, op.cit, p. 23 e suivantes.

(30) الإطار الوظيفي يحيل إلى مجموعة من المعارف والمدارك التي يمكن توظيفها بالعمل التقني (معرفة إصلاح عطب في الحاسوب، أو عطل في الطابعة) ويتعلق إطار الاستعمال بشكل الفعل الذي يقوم به كل شخص في استخدامه للوسيلة التقنية في حياته اليومية. انظر:

Patrice flichy, L'innovation technique, Paris, La découverte, 1995.

(31) على العموم تتم ملاحظة الاستهلاك البسيط للوسائل التقنية التي تقيس قرارات الشراء، ثم اعتمادها أو لا؛ والاستعمال الذي يحدد العلاقة المباشرة وجها لوجه بين الفرد والجهاز، ومدى توافق الوسيلة التقنية مع طريقة الاستعمال؛ والاستعمال الذي يتماشى مع النسيج الاجتماعي ومع تجربة كل واحد يثري طرق الاستعمال؛ وl'appropriation التي تعني عملية الإدخال التدريجي للكفاءات التقنية والمعرفية.

(32) من أجل التوسع في الموضوع انظر:

Geneviève Vidal (dir.), La Sociologie des usages, continuités et transfore mations, Paris, Lavoisier, Hermès Science. Publication, 2012,

انظر كذلك:

les cahiers du numérique ; Instabilité et Permanence des usages numériques , vol 9 , n°2 , 2013.

(33) Patrice Flichy, L'individualisme connecté entre la technique numérique et la société ». Réseaux, n° 124, 2004. P. 17-51.

(34) Francis et Serge Proulx, Usages et enjeux des technologies de communications, op.cit.,p. 106 et suivantes.

الفصل 2

(1) Philippe Bouquillon, Les Industries de la culture et de la communication. Les stratégies du capitalisme, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2008.

(2) L'info médiation تدل على البحث عن محركات البحث مثل غوغل الذي يقترح معلومات موجزة لم ينجزوها، تطرح على حاملات متخصصة من دون احترام الحقوق الموازية. انظر:

Philippe Bouquillon, Bernard Miège, Pierre Moeglin, L'Industrialisation des biens symboliques, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2013 ? P.87 et suivantes.

(3) Yochai Benkler, La richesse des réseaux, Lyon, Presses universitaires de Lyon, 2009.

(4) Philippe Bouquillon, Bernard Miège, Pierre Moeglin, L'Industrialisation des biens symboliques, op. cit., p.129.

(5) Pierre Jean Benghozi, « Le deuxième choc de l'économie de la culture », Esprit, juillet 2011, p. 111-125.

(6) Françoise Benhammou, L'Économie du star system, Paris, Odile Jacob, 2002.

(7) Chris Anderson, La Longue Traine, quand vendre moins c'est vendre plus, Paris, coll. Champs, 2012.

(8) Rémy Rieffel, La Tribu des clercs. Les intellectuels sous la 5ème République, 1958-1990, Paris, CNRS/ Calmann-Lévy, 1993.

(9) ذكر لسسيان كاربيك Lucien Karpik أنه في هذا السياق تمتزج مواصفات الجودة وحجم المبيعات البسيطة حيث يكون الموقف العام منتظما حول الجودة العالية. انظر:

Lucien Karpik, L'Économie des singularités, Paris, Gallimard, coll. Bibliothèque des sciences humaine, 2007, p.330.

(10) هذا ما يطلق عليه وفق تحليل الأمريكي روبير ك. ميرتيون Robert K. Mertyon، ثقافة «أثر ماتيوه» Effet Mathie: الأكثر استفادة يميلون نحو زيادة مزاياهم على الآخرين وتعزيز مكانتهم لأن الواقع يعطي لمن لديه أكثر.

(11) Françoise Benhamou, L'Économie du star system, op.cit., p.235.

(12) Chris Anderson, La Longue Traine. Quand vendre moins, c'est vendre plus, op. cit., p.41.

(13) Ibid., p.85.

(14) Lucien Karpik, L'Économie des singularités.op. Cit., p.292.

(15) Françoise Benhamou Le livre et son double » Réflexions sur le livre numérique , Le Débat, n° 170, mai-aout 2012, p.99.

(16) Pierre-Jean Benghozi, Le deuxième choc de l'économie de la culture , art. cité, p.117. .

(17) نظام الند للند (pair à pair) أو P2P حيث يمكن للعديد من الحواسيب التواصل فيما بينها عبر الشبكة لتبادل الملفات، وتدفق الوسائط المتعددة (البث الحي) وغير ذلك. يمكن للعديد من الحواسيب التواصل فيما بينها عن طريق شبكة، لتبادل الملفات، (streaming) وغيرها.

(18) انظر:

Kevin Mellet, Marketing en ligne , Communications, n°88, 2011, p.103-111.

وأيضا للكاتب نفسه:

Aux sources du marketing viral , Réseaux, n) 157-158, 2009, p. 267-292.

(19) Cédric Biagini, L'Eprise numérique. Comment Internet et les nouvelles technologies ont colonisé nos vies, op. ct, p. 314.

(20) Pierre-Jean Benghozi, Économie numérique et industries de contenu: un nouveau paradigme pour les réseaux , Hermès, n° 59, 2011, p. 33.

(21) Franck Rebillard, Du web 2.0 au Web 2: fortunes et infortunes des discours d'accompagnement des réseaux socio numériques , Hermès, n°59, p. 30.

(22) آلية يمكن أن تذهب إلى حد «جمع الآراء» rowdsourcing باستخدام إبداع وذكاء عدد كبير من الناس لإنجاز مهمات معيّنة أو حل بعض المشكلات.

(23) Pour une étude détaillée du système de note et d'avis sur le web, voir l'article de Thomas Beauvisage, Jean-Samuel Beuscart, Vincent Cardon, Kevin Mellet et Marie Trespeuch, Notes et avis des consommateurs sur le web , Réseaux, n°177, 2013, p.131-162, ainsi que Réseaux, n° 183, 2014, consacré à Evaluations profanes: le jugement en ligne .

(24) Exemple cité par Alban Martin, Et toi, tu télécharges ? Industries du divertissement et des médias à l'ère du numérique, Paris, Pearson, 2010, p. 19.

(25) تبين بعض الدراسات الحديثة أن تحديد قادة الرأي ليس كافيا دائما. ويتوقف التداول الفيروسي للرسالة بشكل كبير على ما إذا كان المستهلك يقبل دور الوسيط أم لا. انظر:

Kevin Mellet, « Aux sources du marketing viral », Réseaux, art, cité, p. 288 et 289

(26) Remy Rieffel, Mythologie de presse gratuite, Paris, Le Cavalier bleu, 2010.

(27) Voir à ce sujet Olivier Bomsel, Gratuit ! Du déploiement de l'économie numérique, Paris, Gallimard, coll. Folio actuel, 2007, ainsi qu'Emmanuel Kessous, Kevin Mellet et Moustafa Zouinar, L'économie de l'at-

tention: entre protection des ressources cognitives et extraction de la valeur , Sociologie du travail, n°3, 2010 p. 359-373.

(28) Pour une analyse détaillée de ces stratégies, voir Dominique Bouiller ; Les industries de l'attention: fidélisation, alerte ou immersion , Réseaux, n° 154, 2009, p. 231-246.

(29) Natalie Heinich, De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique, Paris, Gallimard, coll. Bibliothèque des sciences humaines, 2012, p. 43 et suivantes.

(30) John B Thompson, Transformation de la visibilité , Réseaux, n°100, 2000, p. 187-213.

ويشير إلى حقيقة أنه «يمكن للأفراد المتباعدين أن يروا ويستمعوا لبعضهم بعضا ويتحدثوا بالفعل في الوقت نفسه، على الرغم من أنهم لا يشتركون في الفضاء نفسه» (ص198)..

(31) Jean -Samuel Beucart, «De la visibilité à l'attention: Les musiciens sur internet », Réseaux, n° 175, 2012 p. 21-42.

(32) Nathalie Heinich, De la visibilité, op, cit., Paris III : Distribution du capital de visibilité.

(33) Edgar Morin, Les stars, Paris, Éditions du Seuil, 1957.

(34) يكفي التفكير في الطريقة التي يتم بها توزيع الروايات والأفلام أو في السوق موازاة مع حملة ترويجية مكثفة، وبعض الروايات التي تستهدف جمهور القراء، وبعض الأفلام الناجحة، أو برامج تلفزيون الواقع émissions de téléréalité.

(35) Arjun Appadurai, Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation, Paris, Payot, 2001.

(36) «المميزات» les singularités (سلع وخدمات) لا يمكن قياسها، وسوقها يتكون من العلاقات التي تتسم بعدم اليقين حول نوعية المنتجات المتميزة والجهات الفاعلة في البحث عن «أفضل المميزات» (la bonne singularité). في هذه الحالة، يعتمد الخيار الاقتصادي المرتكز إلى الحكم أكثر من مقارنة الأسعار. انظر:

Lucien Karpit, L'Économie des singularités, op. cit., p. 38 وبعدها

(37) انظر مجلة: Communications, La réputation, n° 93, 2013.

(38) انظر مقالة دومينيك كاردون:

Dominique Cardon, «Dans l'esprit du PageRank. Une enquête sur l'algorithme de Google» réseaux, n° 177, 2013, p. 63-95.

(39) «بصورة حدسية فكل وثيقة يتعين أن تكون مهمة (بغض النظر عن محتواها) إذا كان يشار إليها كثيرا في وثائق أخرى» هذا حسب قول لاري باج Lary Page، أحد المصممين لباجرانك ApgeRank، التي تحدث عنها دومينيك كاردون. المرجع السابق، ص 72.

(40) Dominique Cardon, ibid., p. 88.

(41) Eric guichard, Le mythe de la fracture numérique , in Eric Guichard (dir.), Regards croisés sur l'internet, Villeurbanne ; Presses de l'Ensib, 2011, p.97 et 98.

(42) Alain Bihr et Roland Pfefferkorn, Le système des inégalités, Paris, La découverte, 2008.

(43) Fabien Granjon, Renaissance et usages d'Internet, Une sociologie critique des pratiques de l'informatique connectée, Paris, Presses des Mines, 2012, p.79. Du Même auteur, lire également l'article Fracture numérique , Communication, n° 88, 2011, p.67-74.

(44) Fabien Granjon, Benoit Lelong et Jean-Luc Metzger(dir.), Inégalités numériques, clivages sociaux et modes d'approbation des TIC, Paris, Hermès/Lavoisier, 2009, ainsi que la revue Hermès, , Fractures dans la société de la connaissance , n°45, 2006.

(45) Lu Wei et Douglas Blanks Hindman, Does the Digital Divide Matter More? Comparing the effects of New Media and Old Media Use on the Edducation-Based Knowledge Gab , Mass Communication and Society, vl.14, n°2, 2011, p. 216-235.

(46) Pierre Mercklé et Sylvie Octobre, «La stratification sociale des pratiques numériques des adolescents», RESET, vol. 14 , n° 1, 2012 ; http://www.journal.reset.org/index.php/RESET/article/view/3

(47) Sylvie Octobre, Pratique culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de culture? , Culture prospective, vol. 1, n°1, 2009, p.5.

الفصل 3

(1) Nicole Ellison in Réseaux sociaux, numérique et capital social , Hermès, Ces réseaux numériques dits sociaux , n° 59, 2011, p.22.

وأيضا:

Danah Boyd et Nicole Ellison, Social Network Sites: Definition, History and Scholarship , Journal of Computer-Mediated Communcation, vol. 13, n° 1, 2007, p. 210-230.

(2) هنا يتعين عدم الخلط بين الشبكات الاجتماعية كأشكال اجتماعية متفاعلة مع الأشخاص والشبكات السوسيو - رقمية، التي تعتبر دعامات للتواصل ووسائل وسيطة. هنا نقوم بتفسير مصطلح شبكات سوسيو - رقمية.

(3) الشبكات الأخرى التي تعمل على تقييم كل من إنشاء ومشاركة المحتويات، سنتطرق إليها في الفصل الآتي.

(4) Josiane Jouet Des usages de la télématique colla aux Internet Studies, in Julie Denouel et Fabien Granjon (dir). Communiquer à l'ère numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages, op. cit., p. 45-90.

(5) Erving Goffman, Les moments et les Hommes, Paris, Seuil/ Minuit, 1988.

(6) Valérie Beaudouin et Julia Velkovska, Constitution D'un espace de communication sur internet (forum, pages personnelles, courrier électronique), Réseaux, n° 97, 1999, p.121-177, ainsi qu'à Céline Metton, L'autonomie relationnelle, SMS, chat et messagerie instantanée», Ethnologie française, vol. 40, n°1, 2010, p. 101-107.

(7) Dominique Cardon et Hélène Delaunay-Teterel, La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics, Réseaux, n° 138, 2006, p. 17.

(8) Ibid.

(9) Dominique Mehl, La Télévision de l'intimité, Paris, Éditions Du Seuil, 2006.

(10) Christian Licoppe, La présence connectée, in Christian Licoppe (dir), L'Evolution des cultures numériques. De la mutation du lien social à l'organisation du travail, op. cit, p. 29-32.

(11) Dominique Cardon, Réseaux sociaux de l'internet , Communication, n°, 88, 2011, p. 142.

(12) ويشير هذا التنقل الخطير إلى ما يسمى المصادفة (اكتشاف بالمصادفة).

(13) Josiane Joue, Sociologie des médias numériques , in Christine Leteinturier et Rémy Le Champion (dir.), Médias, information et communication, op. ct., p. 110.

(14) Laurence Allard, émergence des cultures expressives, d'Internet au mobile , Médiamorphoses, n° 21, 2007, p. 19-25, ainsi que Laurence Allard et Fréderic Vandenberghe, Express yourself ! Les pages perso entre légitimation techno-politique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive perr to peer , Réseaux, n° 117, 2003, p. 191-219.

(15) Serge Proulx, L'irruption des médias sociaux. Enjeux éthiques et politiques, in Serge Proulx, Mélanie Millette et Lora Heaton (dir. à, Médias sociaux. Enjeux pour la communication, Presses de l'université de Québec, 2011, p. 20.

(16) Fabien Granjon, Amitiés 2.0. Le lien social sur les sites des réseaux sociaux , Hermès, n° 59, 2011, p. 99-104.

(17) Dominique Cardon, Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 , Réseaux, n° 152, 2008. P. 93-137.

(18) الهوية الرقمية كمجموعة من الآثار لا تختزل في العلامات التي يحددها المستعمل بنفسه. إنها تشمل أيضا العلامات المستعملة من طرف المتصفحين الآخرين ومن طرف الجهاز نفسه، الذي يمارس شكلا من السحر. ويلاحظ فاني جورج ثلاثة مكونات للهوية الرقمية: الهوية التعريفية (المعلومات من طرف المستعمل)، الهوية الفاعلة (الرسائل المرتبة بالجهاز المتعلقة بأنشطة المستعمل) والهوية المحسوبة (الأرقام المحسوبة بالجهاز والمتفرقة على الملف الشخصي لكل مستعمل). مثلا، بخصوص فئة «أصدقاء» على الفيسبوك: «المستعمل يصرح بأنه صديق مع أحد ما (الهوية التعريفية)، ويحدد الجهاز على صفحة الملف الشخصي (الهوية الفاعلة) ويحسبها في الملف (الهوية المحسوبة)».

Fanny Georges, L'identité numérique sous l'emprise culturelle. De l'expression de soi à sa standardisation , Les cahiers du numérique, vol. 7, n°1, 2011, p. 40.

(19) يقترح دومينيك كاردون دراسة رموز الرؤية المرتكزة على ثلاث طرائق: الشاشة (إخفاء الهوية المدنية وراء أقنعة وأسماء مستعارة كما في «ميتيك» Meetic)؛ الجلاء - العتمة (الحديث عن الذات بشرط عدم السماح في الإبحار إلا بروابط الأقارب للأقارب كما في فيسبوك)، ثم المنارة (إعطاء رؤية قوية للذات والإنتاجات الشخصية كما في فليك ويوتيوب ومايسبيس. ويمكن إضافة سلوكين آخرين: الرؤية بـ post-it مثل «تويتر» وعلى شاكلة Lanterna magica في العالم الافتراضي (Lesavatars) مثل Second life.

(20) Antonio A. Casilli, Les Liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité? Paris, Éditions du seuil, 2010.

(21) Fabien Granjon et Julie Denouël, Expression de soi et reconnaissance des singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux, Sociologie, n°1, 2010.

(22) Julie Denouël, Identité , Communications, n°88, 2011, p. 75-82.

(23) Mark Granovetter, The Strength of weak Ties», American Journal of Sociology, vol. 78, n°6, 1973, p. 1360-1380.

(24) Dominique Cardon, Le parler privé-public des réseaux sociaux d'Internet, in Serge Proulx, Mélanie Millette et Lorna Heaton (dir.), Médias sociaux. Enjeux pour la communication, op. cit., p. 33-45.

(25) هذه الطبيعة غير الإلزامية تكون مضللة في الواقع. فالفيسبوك مثلا له قدرة على التحفيز بكل الوسائل التي تتواتر بها الاتصالات ووصف المشاركة الفعلية. وهو يشجع كل مستخدم على الرد والتعليق عليها والتقاسم: يكون المستخدم إذن تحت ضغط مستمر. وكل عمل فردي يمكن أيضا أن يكون إلزاميا لأقاربه. انظر:

La prescription de l'action collective, Hermès, n0 59, 2011, p. 127-133»Thomas Stenger .

(26) Cédric Biagini, L'Empire du numérique. Comment Internet et les nouvelles technologies ont colonisé nos vies, op. cit., en particulier le chapitre 4, Facebook: le meilleur des mondes.

(27) Christopher Lasch. La culture du narcissisme, Paris, Flammarion, coll. Champs, 2006.

(28) C'est le cas par exemple d'Antonio A. Casilli, Les Liaisons numériques, op. cit., p. 270 et suivantes.

(29) Anne Dalsuet, T›es sur Face book? Qu'est ce que les réseaux sociaux changent à l'amitié?, Paris, Flammarion, 2013, p.16.

(30) Magali Bessone, Culte de l'Internet et transparence: l'héritage de la philosophie américaine, Esprit, n°7, 2011, p. 45-159.

(31) Ibid., p. 158.

(32) Nicole Aubert et Claudine Haroche (dir. à, Tyrannies de la visibilité. Le visible et l'invisible dans les sociétés contemporaines, Paris, Erès Editions, 2011.

(33) Serge Tisseron, L'intimité surexposée, Paris, Hachette, coll. Pluriel, 2002, Ainsi que son article Intimité et extimité, Communications, n°88,

2011, p. 83-91.

(34) Serge Tisseron, Intimité et extimité , ibid., p. 87.

(35) Michel Foucault, Dits et écrits, tome II, 1976-1988, Paris, Gallimard, coll, Quatro, 2011.

(36) Alexandre Coutant, Des techniques de soi ambivalentes , Hermès, n° 59, 2011 p. 53-58.

(37) Tristan Allard, Benjamin Nguyen et Philipe Pucheral, Comment préserver l'anonymat?, Pour la science, dossier sur le Big Bang numérique. Les données massives changent-elles le monde?, n°433, novembre 2013. P.62-69.

(38) Se reporter à la revue Medium, Secrets à l'ère numérique, n°37-38, octobre 2013-mars 2014.

(39) Gilles Deleuze, Pourparlers 1972-1990, Paris, Edition de Minuit, 1990, ainsi que Post-scriptum sur les sociétés de contrôle, L'autre journal, n°1, mai 1990, p. 246.

(40) Serge Proulx et Mary Jane Kwok Choun dans L'usage des réseaux socio-numériques: une intériorisation douce et progressive du contrôle social, Hermès, n° 59, 2011, p. 105-111.

(41) لن ندخل في تفاصيل تعريف فئة «الشباب»، مع العلم أنه لا يمكن تشكيل عالم متجانس وغير متمايز. انظر بخصوص هذا الموضوع:

Olivier Galland, Sociologie de La jeunesse, Paris, Armand Colin, coll. U, 2011.

وسنناقش الموضوع خلال التطرق إلى مسألة الأحداث.

(42) Dominique Pasquier et Josiane Jouet, Les jeunes et la culture de l'écran. Enquête nationale auprès des 6-17 ans, Réseaux, n° 92-93, 1999, p. 25-102, et plus récemment Olivier Donnat, Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, Enquête 2008, Paris, La Découverte, 2009, ou encore Hervé Glévarec, La Cuture de la chambre, Préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familial, Paris, La Documentation française, 2009.

(43) Pascal Lardellier, Le Pouce et la Souris : enquête sur la culture numérique des ados, Paris, Fayard, 2006.

(44) أظهر استطلاع اثنوغرافي في مدرسة شعبية حول طرق التوفر على مدونات des blogs (لاسيما مدونات سكايبلوغ Skyblogs على محطة إذاعة سكايبلوغ Skyblog) أن تلك المحطات تعمل على تأكيد أذواق الشباب خصوصا، ومسؤولياتهم، وفي الوقت نفسه إظهار انخراطهم في مجموعة. يستعملون ذلك إذن كبطاقة تُمكّن من تحديد الذات والحفاظ على مؤانسة قوية. والأصغر سنا لا يستعملونها على أي حال كوسيلة لإدماج المعايير وقيم ثقافة الناشئين؛ والأكبر سنا كوسيلة لخدمة مسألة التعبير، ثم تكوين الذات داخل المجموعة. انظر:

Cédric Fluckiger, La sociabilité juvénile instrumenté. L'approbation des

blogs dans un groupe de collégiens», Réseaux, n°138, 2006, p. 109-138.

(45) Dominique Pasquier, Cultures lycéennes: La tyrannie de la majorité, Paris, Autrement, coll. Mutations, 2005.

(46) Monique Dagran, Génération Y. Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subvention, Paris, Presses Sciences P, 2011, p. 56.

(47) Jean-Claude Kaufman, L'innovation de soi. Une théorie de l'identité, Paris, Armand Collin, 2004.

(48) Monique Dagnaud, Génération Y, op. cit.

(49) Sonia Livingstone, Giovana Mashheroni et Maria Fransesca Murru L'utilisation des réseaux socio numériques par les jeunes européens», Hermès, n°59, 2011, p. 89-97

انظر أيضا:

David Buckingham (dir.) Youth, Identity and Digital Media, Cambridge, Mass., Mit Press, 2008.

الفصل 4

(1) Valérie Beaudouin Prosumer, Communication, n°88, 2011, p. 137.

(2) Dominique Gardon, La Démocratie Internet, op. cit., p. 19.

(3) Philippe Aigrin, Cause commune, L'information entre bien commun et propriété, Paris, Fayard, 2005.

(4) Danièle Bourcier et Primavera De Filippi, Les communautés numériques: objectifs, principes et différences, Les cahiers français, n° 372, janvier 2013, p. 4147-.

(5) Copyleft تعني استعمال حقوق المؤلف من أجل إبعاد بعض القيود المفروضة.

(6) «الحقوق المفتوحة»Créative Commons تم اعتمادها من طرف فقهاء القانون الأمريكيين.

Lawrence Lessing, L'Avenir des idées. Le sort des biens communs à l'ère des réseaux numériques, Lyon, Presses universitaires de Lyon, 2005.

(7) Danièle Bourcier et Primavera De Filippi, Les communautés numériques: objectifs, principes et différences» art, p. 43.

(8) Milad Doueihi, La grande conversion numérique, op. cit., p. 156 et suivantes.

(9) Nathalie Savary La galaxie Wikimédia. Une dynamique du partage de la connaissance, Le Débat, n° 170, mai-aout 2012, p. 138-148.

(10) Milad Doueihi, La grande conversion numérique, op. cit., p. 170.

(11) Voir Christian Vandendrope Le phénomène Wikipédia: une utopie en marche, Le débat, n° 148, janvier-février 2008, p. 17-30.

(12) يبدو أنه في ميدان العلوم الصعبة، العلوم الطبيعية والتكنولوجيات، تكون المعلومات المقترحة عموما موثوقة. مقالة لفريدريك جوانيو:

Fi des critiques! Wikipédia avance, Le Monde, Culture et idées, 14 janvier 2012; p. 6.

(13) Dominique Cardon, La Démocratie internet, op. cit., p. 88.

(14) Dominique Cardon et Julien Level, La vigilance Participative., Réseaux, n° 154, 2009, p. 51-89.

(15) Dominique Cardon, La Démocratie internet, op. cit., p.86.

(16) Pierre Assouline, cité dans Frédéric Joignot, «Fi des critiques! Wiképédia avance , Le Monde, Culture et idées, art. cité, p. 6.

(17) Olier Donat, Les Pratiques culturelles des français à l'ère numérique, op. cit.

(18) Michel Certeau, l'Invention du quotidien, tome I, Arts de faire, Paris, Gallimard, coll. Folio essais, 1990.

(19) يتعلق الأمر أحيانا بـ pro-am المحترفين.

(20) Patrice Flichy, Le Sacré de l'amateur, Paris, Éditions du Seuil, coll. La république des idées, 2010.

(21) Ibid., p. 89.

(22) Voir, Eric von Hipper, Democratizing, Cambridge, Mass., MIT Press, 2005.

(23) Ferdinand Tonnies, Communauté et société. Catégories fondamentales de la sociologie pure, Paris, Editions Retz, 1977.(1ere édition allemande 1887).

(24) Voir Philippe Le Guern, no matter what tye do..Réseaux, n°153, 2009, p. 17-54.

(25) Henry Jenkins, La culture de la convergence, Paris, Armand Collin, 2013.

(26) Ibid.

(27) Alban Martin, op. cit. p.56 et p. 69.

(28) Voir Maya Bacache, Marc Bourreau, Michel Gensollen et François Morceau, Les musiciens dans la révolution numérique. Inquiétude et enthousiasme, "Paris, Irma, 2009.

(29) Voir Nicolas Curien et François Moreau, L'Industrie du disque, Paris, La Découverte, coll. Repères, 2006.

(30) Jean-Sammuel Beuscart, Sociabilité en ligne… Les usages MySpace, Réseaux, n° 152, 2008.

(31) Georges Ghosn, Musiques Numériques. Essai sur la nomade de la musique, Paris, Éditions du Seuil, 2013.

(32) Étude de Cécile Méadel et Nathalie Sonnac, L'Auteur au temps du numérique, Labs Hadopi/Éditions des archives contemporaines, 2012.

(33) Cécile Méadel et Nathalie Sonnac (dir.), L'Auteur au temps du numérique, p. 31.

(34) Valérie Beaudin, Trajectoires et réseaux des écrivains sur le Web: construction de la notoriété et du marché , Réseaux, n° 175, p. 170-144.

(35) لن نتطرق هنا إلى مسألة حساسة ومهمة تتعلق بالملكية الثقافية وحقوق المؤلف. من أجل تحليل هذا الموضوع انظر:

Fabrice Rochelandet, Propriété intellectuelle», Communication, n° 88, 2011, p. 121-130.

(36) Sébastien François, Tensions identitaires et relations chez les auteurs de récits de fans», Réseaux, n° 153, p. 157-189.

(37) Jean-Samuel Beuscart, Dominique Cardon, Nicolas Pissard et Christophe Prieur, Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus? Les usages de Filkr, Réseaux, n° 154, 2009, p. 91-129.

(38) Voir Patrice Flichy, Le Sacre de l'amateur, op. cit., p.39 et suivantes.

(39) Nicolas Duchenaut et Nicolas Yee, Les jeux vidéo en lignes, un miroir de la personnalité des internautes?, Questions de communication, n° 21, 2012, http://questionsdecommunications.revues.org/6571.

(40) Hermès, «Les jeux vidéo. Quand jouer c'est communiquer», n° 62, 2012.

(41) Sébano Genvo, Le jeu à son aire numérique. Paris, L'Harmattan, 2009.

(42) Nicolas Auray et Fanny Georges, Les productions audio.., Réseaux, n° 175, 2012, p. 159.

(43) بعض اللاعبين يطورون اللعبة.

(44) هذا الجانب من الألعاب لا يشكل في الواقع إلا 40 في المائة من سوق ألعاب الفيديو، ويترك في الظل الجانب الآخر للألعاب بألواح التحكم التي تسمى «مغلقة»، وفق نيكولا أوراي وفاني جورج.

(45) وفق تعبير فيليب بوكيون Philippe Bouquillion وبرنار مياج Bernard Miège وبيار مويغلين:

Pierre Moelin. L'Industrialisation des biens symboliques, op. cit., p. 44

(46) Norbert Elias, La Société des individus, Paris, Fayard, 1990.

(47) Philippe Bouquillion, Les Industries de la culture et de la communication, op. cit., p. 239.

(48) Philippe Bouquillion, Bernard Miège et Pierre Moelin, L'Industrialisation des biens symboliques, op. cit., p. 149.

(49) Olivier Donnat, Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, op. cit., p. 61-65.

(50) Antoine Hennion, Jouer, interpréter, écouter, pratiquer la musique ou la faire agir?, in Jean-Paul Fourmentraux (dir), L'Ere post-média. Humanités digitales et cultures numériques, Paris, Hermann, 2012, p. 87-101.

(51) Jean-Paul Fourmentaux, Net Art , Communications, n° 88, 2011, p. 113- Les nouvelles figures de la création, Parisn CNRS Editions, 2010.

(52) Antoine Hennion, Jouer, interpréter, écouter, pratiquer la musique ou la faire agir?, op. cit., p. 95.

(53) Helen Eck, Jane Austen à l'aube du XXI siècle.

(54) Helene Eck? Ibid.

(55) Ien Ang, Waching Dallas, Londres, Meuthuen, 1985.

الفصل 5

(1) Donald F. McKenzie, La Bibliographie et la sociologie, Pari, Éditions du Cercle de la librairie, 1991, p. 30.

(2) Jack Goody, La raison graphique. La domestication de la pensée sauvage, Paris, Éditions de Minuit, 1978.

(3) Elizabeth Eisenstein, La révolution de l'imprimé dans l'Europe des premiers temps modernes, Paris, La découverte, 1991.

(4) Robert Darnton, Apologie du livre, Demain, aujourd'hui, hier, Gallimard, coll. Folio essais, 2012, p. 98.

(5) Roger Chartier, Qu'est ce qu'un livre? Métaphores anciennes, concepts des lumières et réalités numériques, Le Français aujourd'hui, n° 178, 2012, p. 11-26.

(6) Roger Chartier, «Lecteurs et lectures à l'âge de la textualité électronique», in Noga Arikha et Gloria Origgi (dir.), Text-e. Le texte à l'heure de l'internet, Paris, BPI-Centre Pompidou, 2003, p. 22 et 23.

(7) Raphaele Simone, Paris, Gallimard, coll. Le Débat, 2012, en particulier p. 106-112.

(8) Robert Darton, Apologie du livre, op. ct., o. 133.

(9) Emmanuel Souchier, «L'écrit d'écran, pratique d'écriture et informatique», Communication& langages, n° 107, p. 105-119 ainsi que Yves Jeanneret. Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information? Villeneuve-D'ascq, Presses universitaires du Septentrion 2000.

(10) Roger Chartier, «Qu'est ce qu'un livre? Métaphores anciennes, concepts de Lumières et réalités numérique», art. cté.

(11) Jean Claude Monod, Ecrire. A l'heure du tout-message, Paris, Flammarion, 2013.

(12) Louis-Amélie Cougnon et Richard Beaufort,» Néologies et SMS», Néologia, n°5, 2011, p. 189-207.

(13) Jean Michel Salaun, Vu, su, lu. Les architectes de l'information face à l'oligopole du Web, Paris, La Découverte, 2012.

(14) أثر من شأنه تفسير حدث من خلال عقد قراءة، وفق جان ميشال سالوم Jean Michel Salaun، المرجع نفسه.

(15) Alberto Manguel, Une histoire de la lecture, Arles, Actes Sud, 1998, p. 357.

(16) Guglielmo Cavallo et Roger Chartier (dir.), Histoire de la lecture dans le monde occidental, Paris, Editions du Seuil, 1997.

(17) http://eduscol.edication.fr/numérique/dossier/lectures/lecture-sur-ecran/

(18) Claire Bélisle, Du papier à l'écran: Lire se transforme, in Claire Bélisle (dir.), Lire dans un monde numérique, Villeurbanne, Presses de l'Enssib, 2011, p. 111-162.

(19) Ibid., p. 127.

(20) Sylvie octobre, La lecture à l'ère numérique. Au commencement était le livre. Et à la fin le texte, Etudes, vol. 418, mai 2013, p. 614.

(21) Claire Bélisle, Du papier à l'écran: Lire se transforme, op. cit., p. 145.

(22) Guillaume Le Saulnier, La lecture de la presse en ligne. L'approbation des contenus d'actualité au défi de la technique in Josiane et Rémy Rieffel (dir.(, S'informer à l'ère numérique, Rennes, presses universitaires de rennes, 2013, p. 57-83.

(23) Ibid., p. 71.

(24) Marcel Prost, Sur la lecture (1905), Arles, Actes Sud, 1988, p. 29.

(25) Eliana Rosado, Qu'est ce que lire? in Bélisle (dir.) Lire dans un monde numérique, op. cit.,p. 67-110.

(26) Christian Vandenorpe, Quelques questions clés.. op. cit., p. 55.

(27) Alain Giffard , Des lectures industrielles, Paris Flammarion, 2009.

(28) Cédric Biagini, L'Emprise numérique. Comment Internet et les nouvelles technologies ont colonisé nos vies, op. cit., chapitre II.

(29) Olivier Donnat, La lecture régulière de livres M un recul ancien et général, Le Débat, n° 170, mai-aout 2012, p. 45-51. Voir également Christophe Evans (dir.) , Lectures et lectures à l'ère d'Internet; livre, presse, bibliothèque, Paris, Éditions du Cercle de la librairie, 2011.

(30) Roger Chartier, Le livre: son passé entretien avec Ivan Jablonka, La Vie des idéales, 29 septembre 2008; http://www.lavie-desidees.fr/le-livre-son-passe-son-avenir.html.

(31) Roberto Casati, Contre colonialisme numérique. Manifeste pour continuer à lire, Paris, Albin Michel, 2013.

(32) Olivier Larzza, La Question des livres, Paris, Buchet-Chastel, 2012, p. 83.

(33) Eric Vigne, Le livre et l'éditeur, Paris, Klincksied, 2008, p. 161.

(34) Le débat, Le livre, le numérique, n° 170; mai-aout 2012.

(35) Françoit Rouet, Le livre. Une filière en danger?, Paris, La Documentation française, 2013.

(36) Vincent Chabault, Librairies en lignes. Sociologie d'une consommation culturelle, Paris, Presses de Sciences po, 2013.

(37) Jean-Joel Jeanneny, Quand Google défie l'Europe. Plaidoyer pour un sursaut, Paris, Mille et une nuits, 2005.

(38) Raffael Simone, Pris dans la toile, op. cit., p. 60.

(39) Ibid., p. 175,

(40) Nicolat Car, Internet rend-il bête? Paris, Robert Laffont, 2011, p. 171.

(41) N. Katherine Hayles, Hyper and deep attention generation divide in cognitive modes, Profession, 2007, p. 187199-.

(42) Philippe Testard-Vaillant et Kheira Bettayeb, La lecture change nos cerveau aussi Science et Vie, n°1104, sep. 2009. P 4257-.

(43) Cédric Duval, L'impact du Web en 4 questions, La Recherche, n° 467, sep. 2012, p. 48.

(44) Jérôme Dinet cité dans Cédric Duval, Ibid, p. 48.

(45) Christian Vandenorpe, Quelques questions clés que pose la lecture sur écran, in Claire Bélisle (dir.) Lire dans un monde numérique, op.cit., p. 5657-.

(46) Jean François Bach, Serge Tisseron, Olivier Houdé et pierre Léna, L'enfant et les écrans, Paris, Editions Le Pommier, 2013.

(47) Olivier Houdé, «Les écrans changent-ils le cerveau?, Sciences Humaines, n° 252, oct. 2013, p. 3641-.

(48) Voir dossier Interne modifie-t-il notre cerveau? La Recherche, n°467, sep. 2012.

(49) Thierry Baccino, La Lecture électronique, Grenoble, Presses uni. De Grenoble, 2004.

(50) هناك اختلاف حول هذه النقطة.

Bernard Croisile, interview La mémoire évolue dans le temps, Le Monde.

(51) Erping Zhu, Internet rend-il bête?, op. cit., p. 185.

(52) Monique Atlan et Roger Pol Droit, Humain, Paris, Flammarion, 2012, p. 321.

(53) Stanislas Dehaene, Les Neurones de la lecture, Paris, Odile Jacob, 2007, p. 400.

(54) Gary Small cité par Cédric Duval, art. cité, p. 49.

(55) يعتبر ستانيسلاس ديهاين Stanislas Dehaene أن الدماغ لم يتطور من أجل الكتابة.

(56) يعتبر إيزابيل كومبيان Isabelle Compiègne أن الشخص ينجح بصورة أفضل في أداء بعض المهمات إذا كان بمقدوره أن يفكر فيها مع احتساب الفرق بين الربح المتوقع والنتيجة المحصل عليها.

Isabelle Compiègne, La Société numérique en question(s), Auxerre, Sciences Humaines, Éditions; 2011, p. 95.

(57) Philippe Meirieu, La pédagogie et le numérique: des outils pour trancher?, in Denis Kambouchner, Philippe Meirieu et Bernard Stiegler, L'École, le numérique et la société qui vient, Paris, Molle et une nuits, 2012, p. 165 et 166.

الفصل 6

(1) Eric Scherer, A-t-on encore besoin des journalistes? Manifeste pour un journalisme augmenté, Paris, PUF, 2011.

(2) Nathalie Sonnac et Jean Gabszewics, L'Industrie des médias à l'ère numérique, Paris, La Découverte, coll. Repères, 2013.

(3) Ignacio Ranonet, L'Explosion du journalisme. Galilée, coll. L'Espace critique, 2011, p. 107108-.

(4) Jean-Marie Charon, La Presse en ligne, Paris, La Découverte, coll. Repères, 2011, p. 107 et 108.

(5) Franck Rebillard et Nikos Smyrnaios, Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne., le cas de Google, Wikio et Paperblog, Réseaux, n° 1602010 ,161-, p. 163194-.

(6) Daniel Cornu. Tous Connectés! Internet et les nouvelles frontières de l'information, Genève, Labor et Fides, 2013, p. 45.

(7) Dan Gillmord, we the Media. Grassroots Journalism by the people, for the people, Sebastopol, cal., O'Reilly, 2004.

(8) Florence Le Cam, «Etats Unis: les weblogs d'actualités ravivent la question de l'identité journalistique», Réseaux, n° 138, 2006, p. 139158-.

(9) Rémy Rieffel, Le Champion, journalisme 2.0, Paris, La Documentation française, 2012, p. 3138-.

(10) Aurore Gorius et Michael Moreau, Les Gourous de la com, Paris, La Découverte, 2100.

(11) Eric Lagneau, L'objectivité sur le fil. Thèse de doctorat en sc.po-l'IEP Paris, 2011.

(12) Nathalie Dollé, Journalisme, un collectif en mutation, Paris, Alliance internationale. De journalistes, 2011, p. 26.

(13) John H. McManus, Market-Driven Journalism. Let the Citizen Beware?, Londres, Sages, 1994.

(14) Bernart Poulet, La fin des journaux et l'avenir de l'information, Paris, Gallimard, coll, Le Débat, 2009. P. 203.

(15) Philippe Merlant et Luc Chatel, Média, la faillite d'un contre pouvoir, Fayard, Paris, 2009. 110.

(16) Stéphane Cabrolié, Les journalistes du Parisien.fr et le dispositif technique de production de l'information , Réseaux, n° 1602010 ,161-, p. 79100-.

(17) Caroline Datchary, « Ce que le Web 2.0 fait à l'autonomie journalistique. L'expérience Médiapart», in Cyril Lemieux (dir.), La Subjectivité journalistique, Éditions de l'EHESS, 2010, p. 127.

(18) Jean-Marie Charon, « La presse imprimée à la presse numérique. Le débat français», Réseaux, n° 1602010 ,161-, p. 266.

(19) Alice Antheaume, Le journalisme numérique, Paris, Presses de sciences po, 2013.

(20) James Surowiecki, La sagesse des foules, Paris, Jean-Claude Lattès, 2008.

(21) Daniel Cornu, Tous connectés ! Op. cit., p. 134 et p. 159.

(22) Gerald Bronner, La démocratie des crédules, Paris, PUF, 2013.

(23) Fabien Granjon et Aurélien Le Foulgroc, Les usages sociaux de l'Actualité. L'expérience médiatique des publics internautes, Réseaux, n° 160210 ,161-, p. 229.

(24) Viviane Le Hay, Thierry Vedel et Flora Chanvril, «Usages des médias et politique: une écologie des pratiques informationnelles» Réseaux, n° 170, 2011, p. 4573-.

(25) Études du Pew Research Center, Etat Units.

(26) Etude Mediapolis.

دراسة حول علاقة الأشخاص بالإعلاميات.

(27) Viviane Le Hay, Thierry Vedel et Flora Chanvril, «Usages des médiats et politique: une écologie des pratiques informationnelles», art. cit, p. 66.

(28) Fabien Granjon et Aurélien Le Foulgoc, Penser les usages sociaux de l'actualité, Réseaux, n° 170, 2011, p. 1943-.

(29) Valérie Devillard, Charlotte Dolez et Rémy Rieffel, «La consommation de l'information entre engament professionnel et implication civique», in Josiane Jouet et Rémy Rieffel (dir.), S'informer à l'ère numérique, op. cit., p. 116.

(30) انظر الفصل الثاني من هذا الكتاب، لاسيما مسألة التفاوتات الرقمية.

(31) Réseaux n°176, 2012, p. 3972-.

(32) S'informer à l'ère numérique, op. cit., p. 3155-.

(33) http://www.cevipof.com/mediapolis/rapport.

(34) Fabien Granjon et Aurélien Le Foulgoc, Les usages sociaux de l'actualité. L'expérience médiatique des internautes , art. cité. P. 246.

(35) Josiane Jouet et Coralie Le Caroff,»L'actualité politique et la participation en ligne», in Josiane Jouet et Rémy Rieffel (dir.), S'informer à l'ère numérique, op. cit., p. 117157-.

(36) Valérie Devillard, Charlotte Dolez et Rémy Rieffel, La consommation de l'information entre engagement professionnel et implication civique, in Josiane Jouet et Rémy Rieffel(di.), S'informer à l'ère numérique, op. cit., p. 85116-.

الفصل 7

(1) Stephen Coleman et Jay Blumler, The Internet and democratic Citizenship. Theory, Pratice and policy, Cambridge, Cambridge University Press, 2009.

(2) Fabienne Greffet et Stéphanie W. «Parler politique en ligne», Réseaux, 2008, p. 1950-.n°150

(3) Caroline Ollivier-Yaniv, L'État communiquant, Paris, PUF, 200.

(4) Stéphanie Wojcik, Prendre la démocratie électronique au sérieux in Elsa Forey et Christophe Geslot (dir.). Internet, machines à voter, démocratie, Paris, L'Harmattan, 2011, p. 111141-.

(5) Hermès, www.démocratielocale.fr, n°2627-.

(6) Thierry Vedel, L'idée de démocratie électronique. Origines, visions, questions, in Pascal Perrineau (dir.), Le Désenchantement démocratique, La Tour-d'Aigues, L'Aube, 2003, p. 243266-.

(7) Stéphanie Wojcik, Prendre la démocratie électronique au sérieux, art. cité.

(8) أسسها جوليان أسانج في العام 2006، ويعرف هذا الموقع بنشر المعطيات السرية.

(9) Guilhem Fouetillou, Le Web et traité constitutionnel européen. Ecologie d'une localité thématique compétitive, Réseaux, n144, 2007, p. 279304-.

(10) Cass R. Sunstein, Republic.com, Princeton, Princeton University Press, 2002.

(11) Azi Lev-on et Bernard Manin, Internet: la main invisible de la délibération, Esprit, mai 2006, p. 195212-.

(12) Patrice Flichy, Internet et le débat démocratique, Réseaux, n° 150, 2008, p. 174.

(13) Dominique Cardon, Lé Démocratie Internet, op. cit., p. 93.

(14) Rémy Rieffel, Que sont les médias?, Paris, Gallimard, coll. Folio actuel, 2005.

(15) Spin doctors.

(هم مستشارون في التواصل والتسويق السياسي مختصون في التصوير الخطاب).

(16) Bernard Manin, Principes du gouvernement représentatif, Flammarion, coll. Champs, 2000, p. 301.

(17) www.tnova.fr, janvier 2009.

(18) Nicolas Desquinabo, « Dynamique et impact des propositions politiques dans les webforums partisans», Réseaux, n° 150, 2008, p. 107132-.

(19) L'empowerment (captivation)

تعني إعطاء سلطة للأفراد للتعبير عن ظروف الحياة الاقتصادية، والاجتماعية، والإيكولوجية... إلخ.

(20) Caroline Crosdale, Duel sur la toile, Stratégie, n° 1696, sep. 2012, p.24.

(21) François Heinderyckx Obama 2008: l'inflexion numérique, Hermès, n° 59, 2011, p. 136.

(22) Isabelle Veyrat-Masson (dir.), Médias et élections. La campagne présidentielle de 2007 et sa réception, Paris, INA/De Boeck, 2011.

(23) Godefroy Beauvallet, Parti de campagne: militer en ligne au sein de

Désirs d'avenir, Hermès, n° 47, p. 2940-.

(24) Frederick Bastien et Fabienne Greffet, Les campagnes électorales sur internet, CNRS Editions, coll. Les essentiels d'Hermès, 2012, p. 5164-.

(25) Ibid., p. 61.

(26) Karolina Koc Michalska et Thierry Vedel, Les pratiques informationnelles durant la campagne présidentielle, in Pascal Perrineau (dir.), Le vote normal. Les élections présidentielles et législatives d'avril-juin 2012, Paris, Presses de Sciences Po, 2013, chapitre II, p. 4361-.

(27) Jacques Gestlé et Raul Mani Berton (dir.), 2012, la campagne présidentielle. Observer les médias, les électeurs, les candidats, Paris, Editions Pepper/L'Harmattan, 2013.

(28) Partice Flichy, Internet et le débat démocratique, art. cité, p. 176.

(29) Gilles Deleuze et Félix Guattari dans Mille plateaux (Éditions de Minuit, 1980).

(30) Josiane Jouet, the internet as new civic form.. Javonic The public of the European Institute for Communication and Culture, vol, 16, n°1, 2009, p. 5972-.

(31) Ibid., p. 60.

(32) Pippa Norris (dir.), Cricial Citizens. Global Support for Democratic Gouvernance, Oxford, Oxford University Press, 1999, citée par Laurence Monnoyer-Smith, La participation en ligne, révélateur des pratiques politiques?, Participation, n° 1, 2011, p. 167.

(33) Laurence Monnoyer-Smith et Yannick, Ibid., p. 170.

(34) Michel Callon, Pierre Lascoumes et Yannick Barthe, Agir dans un monde incertain. Essai sur la démocratie technique, Paris, Éditions du Seuil, 2001, en particulier le chapitre IV, A la recherche d'un monde commun, p. 153 et suivantes.

(35) Voir Laurence Monnoyer-Smith et Stéphanie Wocjik citée.

(36) Fabien Granjon, L'Internet militant. Mouvement social et usages des réseaux télématiques, Paris, Editions Apogée, 2001.

(37) Voir Dominique Cardon et Nicolas Haeringer, Formes sociaux et coopération digitale. Les usages d'Internet par les forums sociaux, in Isabelle Sommier, Olivier Fillieule et Eric Agrikoliansky (dir.), Généalogie des mouvemententent altermondialistes en Europe: une perspective comparée, Paris, Karthala, p. 247268-.

(38) Dominique Cardon et Fabien Granjon, Médiactivistes, Paris, Presses de Sciences Po, 2013, p. 169.

(39) Pierre Rosa vallon, La Contre-démocratie, La politique à l'âge de la défiance, Paris, Editions du Seuil, coll. Points, 2008, p. 75.

(40) Monique Dgnaud, Génération Y, op. cit., p. 65 et suivantes.

(41) لم يكن الأمر كذلك لأن أصل الهاكر كان في الأول ببراعته التقنية يسهل حرية التبادل على الويب.

(42) Pekka Himannen, L'Ethique hacker et l'esprit de l'ère de l'information, Paris, Exilis, 2001.

(43) Ariel Kyrou, Révolutions du Net. Ces anonymes qui changent le monde, Paris, Editions Inculte, 2012.

(44) Riadh Ferjani et Tristan Mattelart, Monde arabe: Les révolutions 2.0 n'ont pas eu lieu», MédiaMorphoses/INA, Médias, n° 30, automne 2011.

(45) Romain Lecomte, Expression politique et activisme en ligne en contexte autoritaire. Une analyse du cas tunisien, Réseaux, n° 181, 2013, p. 5186-.

(46) Yves Gonzalez-Quijano, arabités numériques. Le printemps du Web arabe, Arles, Actes Sud, 2012.

(47) Clay Shirky, Here Comes Everybody. The Power of Organizations, Londres, Penguin Books, 2008.

(48) Evgeny Morozov, The Net Delusion, The Dark Side of Internet Freedom, New York, Public Affars, 2011.

(49) Séverine Arsène, Protester sur le web chinois (19942011-), Le Temps des médias, n° 18, 2012, p. 99110-; & De l'autocensure aux mobilisations. Prendre revue française de sc. Po, n° 5, 2011, p. 893915-, et du même auteur, Internet et politique en Chine, Paris, Karthala, 2011.

(50) David Fayon, Géopolitique d'Internet. Qui gouverne le monde?, Paris, Economica, 2013.

الخاتمة

(1) Bernard stiegler, in Denis Kambouchner, Philippe Meirieu et Bernard Stiegler, L'Ecole, Le numérique et la société qui vient, op. cit.

(2) Bernard Lahire, La culture des individus, Dissonances culturelles et distinction de soi, Paris, La Découverte, coll. La Découverte-poche, 2006.

(3) Jaron Lanier, Who Owns the future?, New York, Simon & Schuster, 2013.

(4) André Gunthert, La culture du partage ou la revanche des foules, in Hervé Le Crosnier (dir.), Culturenum. Jeunesse, culture et éducation dans la vague numérique, op. cit., p. 163175-.

(5) François Hartog, Régimes d'historicité. Présentisme et expérience du temps, Paris, Editions du Seuil, 2003.

ببليوغرافيا

AGRAIN, Philippe, cause commune. L'information entre bien commun et propriété, Paris, fayard ,2005.

AKRICH, Madeline, « les objets techniques et leurs utilisateurs. De la conception à l'action», Raisons pratiques, n° 4, 1993, p.35-57.

ALLARD, Laurence, « Emergence des cultures expressives, d'Internet au mobile », Médiamorphoses, n°21, 2007, p .19-25.

ALLARD, Laurence et vandenberche, Fréderic, « Express yourself ! Les pages perso entre légitimation techno-politique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer », Réseaux, n° 117, 2003, p.191-219.

ALLARD, Tristan, Nguyen, Benjamin et Pucheral, Philippe, « comment préserver l'anonymat ? », Pour la science, dossier sur le « Big Bang numérique. Les données massives changent-elles le monde », n°433, novembre 2013, p.62-69.

ANDERSON, Chris, « The long Tail », Wired, October 2004.

Anderson, Chris, La longue Traîne .Quand vendre moins, c'est vendre plus, Paris, Flammarion, coll. champs, 2012.

Ang , len, watching dallas, londres, Methuen,1985.

ANTHEAUME, Alice, Le journalisme numérique, Paris, presses de sciences Po, 2013.

Appadurai, Arjun, Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation, Paris, Payot, 2001.

ARIKHA, Noga et Origgi, Gloria (dir), Text-e. le texte à l'heure de l'Internet, Paris, BPI-Centre Pompidou, 2003.

ARSENE, Séverine, « De l'autocensure aux mobilisations. Prendre la parole en ligne en contexte autoritaire », Revue française de science politique, n°5, 2011, p.893-915.

ARSENE, Séverine, Internet et politique en chine, Paris, Karthala, 2011.

ARSENE, Séverine, « Protester sur le web chinois (1994-2011) », Le Temps des medias, n 18, 2012, p. 99-110.

ATLAN, Monique et Droit, Roger-Pol, Humain. Une enquête philosophique sur ces révolutions qui changent nos vies, Paris, Flammarion, 2012.

AUBERT, Nicole et Haroche, Claudine (dir), Tyrannies de la visibilité. Le visible et l'invisible dans les sociétés contemporaines. Paris Ères Editions, 2011.

AURAY, Nicolas et Georges, Fanny, «les productions audiovisuelles des joueurs de jeux vidéo: entre formation professionnelle et apprentissages esthétiques autodidactes», Réseaux, n°175, 2012, p.145-173.

BACACHE, Maya, Bourreau, Marc, Gensollen, Michel et Moreau, François, les Musiciens dans la révolution numérique. Inquiétude et enthousiasme Paris, Irma, 2009.

BACCINO, Thierry, La lecture électronique, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2004.

BACH, Jean-François, Tisseron, Serge, Houdé, Olivier et Léna, Pierre, L'Enfant et les écrans. Un Avis de l'Académie des sciences, Paris, Editions Le Pommier, 2013.

Bastien, Frédérick et Grefet, Fabien, «Les campagnes électorales sur internet : une comparaison entre France et Québec», in Internet et politique, Paris, CNRS Editions, coll. Les essentiels d'Hermès, 2012, p. 51-64.

Beaud, Paul, Flichy, Patrice, Pasquier, Dominique et Quéré, Louis (dir.), Sociologie de la communication CENT, coll. Réseaux, 1997.

Beaudouin, Valérie, «Prosumer», Communications, n° 88, 2011, p. 131-139.

Beaudouin, Valérie, «Trajectoires et réseau d'écrivains sur le Web : construction de la notoriété et du marché», Réseaux, n° 175, 2012, p. 107-144.

Beaudouin, Valérie et Velekovska, Julia, «Construction d'un espace de communication sur internet (forums, pages personnelles, courrier électronique), Réseaux, n° 97, 1999, p. 121-177.

Beauvallet, Godefroy, « Parti de campagne : militer en ligne au sein de Désirs d'avenir », Hermès, n° 47, p. 29-40.

Beauvisage, Thomas, Beuscart, Jean-Samuel, Cardon, Vincent, Mellet, Kevin et Trespeuch, Marie, « Notes et avis des consommateurs sur le Web», Réseaux, n° 177, 2013, p. 131-161.

Bélisle, Claire, «Du papier à l'écran : lire se transforme », in Claire Bélisle (dir.), Lire dans un monde numérique; Villeurbanne, Presses de l'Enssib, 2011, p. 111-162.

Benghozi, Pierre-Jean, «Le deuxième choque de l'économie de la culture», Esprit, juillet 2011, p. 11-125.

Benghozi, Pierre-Jean, «Economie numérique et industries de contenu : un nouveau paradigme pour les réseaux», Hermès, n° 59, 2011, p. 31-37.

Benhammou, Françoise et Farchy, Joëlle, Droit d'auteur et copyright, Paris, La découverte, coll. Repères, 2009.

Benkler, Yochai, La Richesse des réseaux, Lyon, Presses universitaires de Lyon, 2009.

Berry, Gérard, Pourquoi et Comment le monde devient numérique, Paris, Collège de France/Fayard, 2009.

Berry, Vincent, L'Expérience virtuelle: jouer, vivre, apprendre dans un jeu vidéo, Rennes, Presses universitaires des Rennes, 2012.

Bessone, Magali, «Culte de l'Internet et transparence : l'héritage de la philosophie américaine», Esprit n° 7, 2011, p. 45-159.

Beuscart, Jean Samuel, «De la visibilité à l'attention : les musiciens sur Internet», Réseaux, n° 175, 2012, p. 21-42.

Beuscart, Jean Samuel,»Sociabilité en ligne, notoriété virtuelle et carrière artistique. Les usages de MySpace par les musiciens autoproduits», Réseaux, n° 152, 2008, p. 139-168.

Beuscart, Jean Samuel, Cardon, Dominique, Pissard, Nicolas et Prieur, Christophe, «Pourquoi partager mes photos avec des inconnus? Les usages de Flickr», Réseaux n° 154, 2009, p. 91-129.

Biagini, Cédric, L'Empire numérique. Comment Internet et les nouvelles technologies ont colonisé nos vies, Montreuil, Editions L'Echappée, 2012.

Bihr, Alain et Pfefferkorn, Roland, Le système des inégalités, Paris, La Découverte, 2008.

Blondeau, Olivier (avec la collaboration de Laurence Allard), Devenir média. L'activisme sur Internet, entre défection et expérimentation, Paris, Edition Amsterdam, 2007.

Bomsel, Olivier, Gratuit ! Du déploiement de l'économie numérique, Paris, Gallimard, coll. Folio actuel, 2007.

Boulier Dominique, «Les industries de l'attention : fidélisation, alerte ou immersion», Réseaux, n° 154, 2009, p. 231-246.

Bouquillon, Philippe, Les industries de la culture et de la communication. Les stratégies du capitalisme, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2008.

Bouquillon, Philippe, Miège, Bernard et Moeglin, Pierre, L'Industrialisation des biens symboliques. Les industries créatives en regard des industries culturelles, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2013.

Bourcier, Danièle et De Filippi, Primavera, « Les communautés numériques: objectifs, principes et différences», Les Cahiers français, n° 372, janvier-février 2013, p. 41-47.

Boyd, Danah et Ellison, Nicole, «Social Network Sites : definition, History and Scholarchip», Journal of computer-Mediated Communcation, vol. 13, n) 1, 2007, p. 210-230.

Breon, Philippe, L'Utopie de la communication. Le mythe du village planétaire, Paris, La Découverte, 2004.

Bronner, Gerald, La Démocratie des crédules, Paris, PUF, 2013.

Buckingham, Daviud (dir.), Yout, Identity and digital Media, Cambridge, Mass., Mit Press, 2008.

Cabrolié, Stéphane, " Les journalistes du Parisien.fr et le dispositif technique de production de l'information", Réseaux, n° 160-160, 2010, p. 79-100.

Les Cahiers du numérique, «instabilité et permanence des usages numériques», (dir. Geneviève Vidal), vol. 9, n° 2, 2013.

Callon, Michel, Lascoumes, Pierre et Barthe, Yanick, Agir dans un monde incertain. Essai sur la démocratie technique, Paris, Editions du Seuil, 2001.

Cann, Yves-Marie et Vedel, Thierry, «Internet : une communication électorale de rupture. Les élections présidentielles et législatives d'avril-juin 2007, Paris, Presses de Sciences Po, 2008, P. 5176.

Cardon, Dominique, «Dans l'esprit du PageRank. Une enquête sur l'algorithme de Google », Réseaux, n° 177, 2013, P. 63-95.

Cardon, Dominique, «La démocratie Internet», Paris, Editions du Seuil, 2010.

Cardon, Dominique, «Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du Web 2.0», Réseaux, n° 152, 2008, p. 93-137.

Cardon, Dominique, « Esqisse de gégraphie de la blogsphère politique (2007-2009), in Fabienne Greffet (dir.), continerlalutte.com. Les partis politique sur le Web, Paris, Presses de Sciences Po, 201,p. 73-94.

Cardon, Dominique, «Le parler privé-public des réseaux sociaux d'Internet», in Serge Proulx, Mélanie Millette et Lourna Heaton (dir.), Média sociaux. Enjeux pour la communication, Presses de l'université de Québec, 2011, p. 33-45.

Cardon, Dominique, « Réseaux sociaux de l'internet », Communications, n° 88, 2001, p. 141-148.

Cardon, Dominique et Delaunay-Téterel, Hélène «La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics», Réseaux, n° 138, 2006, p. 15-71.

Cardon, Dominique, et Grangon, Fabien, Médiactivistes, Paris, Presses de Sciences Po, 2013.

Cardon, Dominique, et Haeringer, Nicolas, « Formules politiques et coopération digitale. Les usages d'Internet par les forums sociaux », i, Isabelle Sommier, Olivier Fillieule et Erick Agrikoliansky (dir.), Généalogie des mouvements altermondialistes en Europe: une perspective comparée, Paris, Karthala, 2008, p. 247-268.

Cardon, Dominique et Levrel, Julien, «La vigilance participative. Une interprétation de la gouvernance de Wikipédia», Réseaux, n° 154, 2009, p. 51-89.

Careiri, Giovani et Rudiger, Bernhard (dir.), Face au réel. Ethique de la forme dans l'art contemporain, Paris, Archibooks, 2008.

Cardon, François, Les Deux Révolutions industrielles du XX^{e} siècle, Paris, Albin Michel, 1997.

Cardon, François, «Internet, c'est la troisième révolution industrielle», L'Express, 27 avril 2000.

Carr, Nicholas, The Big Switch. Rewiring the word, From Edison to Google, W. W. Norton, 2008.

Carr, Nicholas, The Shallows. What the Internet Is Doing to Our Brains, W. W. Norton, 2010; trad.fr. Internet rend-il bête? Réaprendre à lire et à penser dans un monde fragmenté, Paris, Robert Laffont, 2011.

Casati, Roberto, Contre le colonialisme numérique. Manifeste pour continuer à lire, Paris, Albin Michel, 2013.

Casilli, Antonio A., Les Liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité ?, Paris, Edition du Seuil, 2010.

Castels, Manuel, La Galaxie Internet, Paris, Fayard, 2001.

Castels, Manuel, La Société en réseaux, tome I, L'Ere de l'information, Paris, Fayard, 1998.

Cavallo, Guglielmo et Chartier, Roger (dir.), Histoire de la lecture dans le monde occidental, Paris, Editions du Seuil, 1997.

Certeau, Michel, L'invention du quotidien, tome I, Arts de faire, Paris, Gallimard, coll. Folio essais, 1990.

Cevipof-Carism, étude Mediapolis, «Information politique et citoyenneté à l'ère numérique», enquête 2009-2012: http://www.cevipof.com/fr/mediapolis/rapport

Chabault, Vincent, Librairies en ligne. Sociologie d'une consommation culturelle, Paris, Presses de Sciences Po, 2013.

Charon, Jean-Marie, « De la presse imprimée à la presse numérique. Le débat français», Réseaux, n° 160-160, 2010, p. 255-281

Charon, Jean-Marie, « La presse en ligne, Paris, La Découverte, coll. Repères, 2011

Charon, Roger, « Lecteurs et lectures à l'âge de la textualité électronique », in Noga Arikha et Gloria Origgi (dir.) Text-e. Le texte à l'heure de 'internet, Paris, La Découverte Paris, BPI-Centre Pompidou, 2003, p. 17-50.

Chartier, Roger, «Le livre: son passé, son avenir», entretien avec Ivan Jablonca, La vie des idées, 29 septembre 2008; http://www.laviedesidees.fr/Le-livre-son-passe-son-avenir.html

Chartier, Roger, «Qu'est ce qu'un livre? Métaphores anciennes, concepts des lumières et réalités numériques», Les Français aujourd'hui, n° 178, 2012, p. 11-26.

Coleman, Stephen et Blumler, Jay G., The Internet and Democratic Citizenship. Theory practice and Policy, Cambridge, Cambridge University Press, 2009.

Comby, Jean-Baptiste, "L'orientation sociale des goûts en matière d'actualité», in Josiane Jouet et Rémy Rieffel (dir.), s'informer à l'ère numérique, Rennes, Presses universitaires de rennes, 2013, p. 31-55.

Communications, «La réputation», (dir. Gloria Oroggi), n°93, 2013.

Compiègne Isabelle, La Société numérique en question(s), Auxerre, Sciences Humaines Editions, 2011.

Cornu, Daniel, Tous connectés ! Internet et les nouvelles frontières de l'information, Genève, Labor et Frides, 2013.

Cougnon, Louise-Amélie, L'écrit SMS. Variations lexicales et syntaxique en Francophonie, Thèse soutenue à l'université catholique de Louvain, 2012.

Cougnon, Louise-Amélie et Beaufort, Richard, «Néologies et SMS », Neologica, n° 5, 2011, p. 189-207.

Coutant, Alexandre, «Des techniques de soi ambivalentes», Hermès, n°59, 2011, p. 53-58.

Croisile, Bernard, La mémoire évolue dans le temps »,

Le Monde, «Culture et idées», 16 août 2013, p. 2 ;http://www.lemonde.fr/culture/article/2013/06/15/la-memoire-evolue-dans-le-temps_3462079_3246.html

Crosdale, Caroline, « Duel sur la toile », Stratégies, n° 1696, 25 octobre 2012.

Curien, Nicolas et Moreau, François, L'industrie du disque, Paris, La Découverte, coll. Repères, 2006.

Dagnaud, Monique, Génération Y. Les jeunes et les réseaux sociaux de la dérision à la subversion, Paris, Presses de Sciences Po, 2011.

Dagnaud, Monique, «Le Net ce laboratoire du capitalisme sympa », Le Débat, n° 160, mai-juin 2010, p. 161-176.

Dalsuet, Anne, T'es sur Facebook ? Qu'est ce les réseaux sociaux changent à l'amitié ?, Paris, Flammarion, 2013.

Darnton, Robert, Apologie du livre. Demain, aujourd'hui, hier, Paris, Gallimard, coll. Folio essais, 2012.

Datchary, Caroline, «Ce que le web 2.0 fait à l'autonomie journalistique. L'expérience Mediapart», in Cyril Lemieux (dir.), La Subjectivité journalistique, Editions de l'EHESS, 2010, p. 123-142.

Le Débat, «Le livre numérique », n° 170, mai-aout 2012.

Degrand, Amandine et Grevisse, Benoit (dir.), Journalisme en ligne. Pratiques et recherches, Bruxelles, De Boeck, 2012.

Dehaene, Stanilas, Les Neurones de la lecture, Paris, Odile Jacob, 2007.

Deleuze, Gilles, Pourparlers 1972-1990, Paris, Editions de Minuit, 1990.

Deleuze, Gilles et Guattari, Félix, Mille Plateaux, Editions de Minuit, 1980.

Denouel, Julie, «Identité», Communications, n° 88, 2011, p. 75-82.

Denouel, Julie et Granjon, Fabien (dir.), Communiquer à l'ère numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages, Paris, Presses des Mines, 2011.

Desquinabo, Nicolas, «Dynamique et impact de propositions politique dans les webforums partisans», Réseaux, Devillard, Valérie, Dolez, Charlotte et Rieffel, Rémy, « La consommation de l'information entre engagement professionnel et implication civique», in Josiane Jouet et Rémy Rieffel (dir.), S'informer à l'ère numérique, Rennes, Presses universitaire de Rennes, 2013, p. 85-116.

Dinet, Jérôme (dir.), Usages, Usagers et compétences informationnelles au 20e Siècle, Paris, Lavoisier, 2008.

Dollé, Nathalie, Journalisme, un collectif en mutation, Paris, Alliance internationale de journalistes, 2011.

Donnat, Olivier « La lecture régulière de livres : un recul ancien et général », Le Débat, n° 170, mai-aout 2012, p. 42-51.

Donnat, Olivier, Les Pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique. Enquête 2008, Paris, La Découverte, 2009.

Doueihi, Milad, La grande Conversion numérique, Paris, Editions du Seuil, 2001.

Doueihi, Milad, Qu'est ce que le numérique ?, Paris, PUF, 2013.

Ducheneaut, Nicolas, «Les jeux vidéo en ligne, un miroir de la personnalité des internautes?», Questions de communication, n° 21, 2012, p. 49-72; http://questioncommunication.revues.org/6571

Duval, Cédric, «L'impact du Web en 4 questions», La Recherche, n° 467, septembre 2012.

Eck, Hélène, «Des Editions de Minuit à Youtube, Le Silence de la mer», Le Temps des médias, n° 14, 2010, p. 158-175.2012.

Eck, Hélène, «Jane Austen à l'aube du XXI[e] siècle. Une œuvre audiovisuelle mondialisée?», communication au colloque international «Les circulations littéraires et musicales au XX[e] siècle» organisé par l'UMR Irice (université Paris I Panthéon-Sorbonne) et le centre d'histoire culturelle des sociétés contemporaines (université de Versailles-Saint-Quentin-en-Yvelines), tenu à Paris les 14 et 15 mars 2013 (Actes à paraître sous la direction de Marie-Françoise Lévy et Ania Fléchet).

Eduscol. Portail national des professionnels de l'éducation, dossier sur la lecture sur écran : http://ediscol.education.fr/numérique/dossier/lectures/lecture-sur-ecran/ Eisenstein, Elisabeth, La révolution de l'imprimé dans l'Europe des premiers temps modernes, Paris, La Découverte, 1991.

Elias, Norbert, La Société des individus, Paris, Fayard, 1990.

Ellison, Nicole, « Réseaux sociaux, numérique et capital social», Hermès, «Ces réseaux numériques dits sociaux», n° 59, 2011, p. 21-23.

Ellul, Jacques, Le Bluff technologique, Paris, Hachette, 1988; coll. Pluriel, 2004.

Ellul, Jacques, La Technique ou l'Enjeu du siècle, Paris, Armand Colin, 1954; nouv. éd. Économia, 1990.

Evans, Christophe (dir.), Lectures à l'ère d'Internet : livre, presse, bibliothèque, Paris, Editions du Cercle de la librairie, 2011.

Fayon, David, Géopolitique de l'Internet. Qui gouverne le monde?, Paris, Économia, 2013.

Flichy, Patrice, L'Imaginaire d'Internet, Paris, La Découverte, 2001.

Flichy, Patrice, «L'Individualisme connecté entre la technique numérique et la société», Réseaux, n° 124, 2004.

Flichy, Patrice, L'Innovation technique, Paris, La Découverte, 1995.

Flichy, Patrice, «Internet et le débat démocratique », Réseaux, n0150, 2008, p. 159-185.

Flichy, Patrice, Le Sacre de l'amateur, Paris, Editions du Seuil, coll. La république des idées, 2010.

Fluckiger, Cedric, «La sociabilité juvénile instrumentée. L'appropriation des blogs dans un groupe de collégiens», Réseaux, n° 138,2006, p. 109-138.

Fogel, Jean-François et Patino, Bruno, La condition numérique, Paris, Grasset, 2013.

Fory, Elsa et Geslot, Christophe (dir.), Internet, machines à voter et démocratie, Paris, L'Harmattan, 2011.

Faucault, Michel, Dits et écrits, tomme II, 1976-198, éd. sous la direction de Daniel Defert et François Ewald avec la collaboration de Jacques Lagrange, Paris, Gallimard, coll. Quarto, 2001.

Fouetillou, Guilhem, « Le web et le traité constitutionnel européens. Ecologie d'une localité thématique compétitive», Réseaux, n°144, 2007, p. 279-304.

Fourmentraux, Jean-Paul, «Art et Internet. Les nouvelles figures de la création, Paris, CNRS Editions, 2010.

Fourmentraux, Jean-Paul (dir.), L'Ere post-média. Humanités digitales et cultures numériques, Paris Hermann, 2012.

Fourmentraux, Jean-Paul, «Net art», Communications, n° 88, 2011, p. 113-120.

François, Sébastien, « Franf(r)ictions. Tensions identitaires et relationnelles chez les auteurs de récits de fans », Réseaux, n° 153, 2009, p. 157-189.

Galland, Olivier, Sociologie de la jeunesse, Paris Armand Colin, col. U, 2011.

Genvo, Sébastien, Le Jeu à son ère numérique, Paris, L'Harmattan, 2009.

Georges, Fanny, «L'identité numérique sous l'emprise culturelle. De l'expression de soi à standardisation», Les cahiers du numérique, vol. 7, n° 1, p. 31-48.

Gerstlé, Jacques et Magni Breton Paul (dir.), 2012, la campagne présidentielle. Observer les médias, les électeurs, les candidats, Paris, Editions Pepper/ L'Harmattan, 2013.

Ghosn, Georges, Musiques numériques. Essai sur la vie nomade de la musique, Paris, Editions du Seuil, 2013.

Giffard, Alain, « Des lectures industrielles », in Bernard Stiegler, Alain Giffard Fauré, Pour en finir avec la mécroissance. Quelques réflexions d'arts industrialis, Paris, Flammarion, 2009, p. 117-216.

Giffard, Alain, «Pour une critique pharmacologique de la lecture numérique», alaingiffard.blogs.com, 31 janvier 2013.

Gillmor, Dan, We the media. Grassroots Journalism by the People, for the people, cal, O'Reilly, 2004.

Glévarec, Hervé, La culture de la chambre. Préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familial, Paris, La Documentation française, 2009.

Goffman, Erving, Les Moments et les Hommes, Paris, Seuil/Minuit, 1988.

Gonzalez-Quijano, Yves, Arabités numériques. Le printemps du Web arabe, Arles, Actes Sud, 2012.

Goody, Jack, La Raison graphique. La domestication de la pansée sauvage, Paris, Editions de Minuit, 1978.

Gorius, Aurore et Moreau, Michael, Les Gouros de la com, La Découverte, Paris, 2011.

Granjon, Fabien, «Amitiés 2.0. Le lien social sur les sites de réseaux sociaux», Hermès, n° 59, 2011, p. 99-104.

Granjon, Fabien, «Fracture numérique », Communications, n° 88, 2011, p. 67-74.

Granjon, Fabien, «L'Internet militant. Mouvement social et usages des réseaux télématiques, Paris, Editions Apogée, 2001.

Granjon, Fabien, Reconnaissance et usages d'Internet. Une sociologie critique des pratiques de l'information connectée, Paris, Presses des Mines, 2012.

Granjon, Fabien et Denouël, Julie, «Expression de soi et reconnaissance des singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux», Sociologie, n° 1, 2010, p. 25-43.

Granjon, Fabien et Le Foulgog, Aurélien, «Penser les usages sociaux de l'actualité», Réseaux, n° 170, 2011, p. 19-43.

Granjon, Fabien et Le Foulgog, Aurélien, «Les usages sociaux de l'actualité. L'expérience médiatique des publics internautes», Réseaux, n°160-161, 2010, p.225-253.

Granjon, Fabien , Lelong, Benoit et Metzer, Jean-Luc (dir.), Inégalités numériques, clivages sociaux et modes d'appropriation des TIC, Paris, Hermès/Lavoisier, 2009.

Grannovetter, Mark, «Thestrength of weak tries», American Journal of sociology, vol. 78, n° 6, 1973, p. 1360-1380.

Greffet, Fabienne (dir.), Continuerla lute.com. Les partis politiques sur le web, Paris, Presses de Sciences Po, 2011.

Greffet, Fabienne, «Introduction. Le web, espace de luttes.com. Les partis politiques sur le web, Paris, Presses de Sciences Po, 2011, p. 15-37.

Greffet, Fabienne et Vedel, Thierry, «L'Internet ou l'espace des possibles. Les campagnes françaises en lignes depuis 2007», in Fabienne Greffet (dir.), Continuerla lutte.com. Les partis politiques sur le web. Paris, Presses de Sciences Po, 2011, p. 41-57.

Greffet, Fabienneet Worjcik, Stéphanie, «Parler politique en ligne. Une revue des travaux français et anglo-saxons », Réseaux, n° 150, 2008, p. 19-50.

Guichard, Eric, «Le mythe de la fracture numérique », in Eric Guichard (dir.), Regards croisés sur l'internet, Villeurbanne, Presses de l'Enssib, 2011.

Guichard, Eric, Regards croisés sur l'internet, Villeurbanne, Presses de l'Enssib, 2011.

Gunthert, André, «La culture du partage ou la revanche des foules », in Hervé Le Crosnier (dir.), Culturenum. Jeunesse, culture et éducation dans la vague numérique, Caen, C & F Editions, 2013, p. 163-175.

Gunthert, André, «L'empreinte digitale.Théorie et pratique de la photographie à l'ère numérique » in Giovanni Careri et Bernhard Rudiger (dir.), Face au réel éthique de la forme dans l'art contemporain, Paris, Archibooks, 2008, p. 85-95.

Hartog, François, Régimes d'historicité. Présentisme et expérience du temps, Paris, Editions du Seuil, 2003; coll. Points Histoire, 2012.

Hayles, N. Katherine, «Hyper and deep attention. The generation in cognitive", Profession, 2007, p. 187-199.

Heinderyckx, François, "Obama 2008: l'inflexion numérique", Hermès, n° 59, 2011, p. 135-136.

Heinich, Nathalie, De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique, Paris, Gallimard, coll. Bibliothèque des Sciences Humaines, 2012.

Hennion, Antoine, «Jouer, interpreter, 2couter. Pratiquer la musique ou faire agir?», in Jean-Paul Fourmentraux (dir.), L'Ere post-média. Humanités digitales et cultures numériques, Paris, Hermann, 2012, p. 87-101.

Hermès, «Ces réseaux numériques dits sociaux», n° 59, 2011.

Hermès, www.democratielocale.fr, n° 26-27, 2000.

Hermès, "Fractures dans la société de la connaissance", n°45, 2006.

Hermès, «Les jeux vidéo. Quand jouer, c'est communiquer», n° 62, 2012; section B, « Controverses autour des jeux vidéo», p. 53-81.

Himanen, Pekka, L'Etique hacker et l'esprit de l'ère de l'information, Paris, Exils, 2001.

Hippel, Eric von, Democratizing Innovation, Cambridge, Mass,-., MIT Press, 2005.

Hoggart, Richard, La Culture du pauvre, Paris, Edition de Minuit, 1970.

Holeindre, Jean-Vincent et Richard, Benoit (dir.), La Démocratie. Histoire, théorie, pratiques, Auxerre, Editions Sciences Humaines, 2010.

Houdé, Olivier, « Les écrans changent-ils le cerveau ? », Sciences Humaines, n° 252, octobre 2013, p. 36-41.

Innis, Harold, The Bias of communication, Toronto, University of Toronto Press, 1951.

Internet et politique, Paris, CNRSS Editions, coll. Les essentiels d'Hermès, 2012.

Jauréguiberry, Francis et Proulx, Serge, Usages et enjeux des technologies de communication, Toulouse, Editions Erès, 2011.

Jeanneny, Jean-Noël, Quand Google défie l'Europe. Plaidoyer pour un sursaut, Paris, Mille et une nuit, 2005.

Jeanneret, Yves, Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?, Villeneuve-D'ascq, Presses universitaires du Septentrion, 2000.

Jenkins, Henry, La culture de la convergence, Paris, Armand Colin, 2013.

Joignot, Frédici, «Fi des critiques! Wikipédia avance», Le Monde, «Des usages et idées», 14 janvier 2012, p. 6.

Jouët, Josiane, «Des usages de la télématique aux Internet Studies», in Julie Denouël et Fabien Granjon (dir.), Communiquer à l'ère numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages, Paris, Presses des Mines, 2011, p. 45-90.

Jouët, Josiane, « The Internet as a new civic form.The hybridation of popular and civic web uses in France",Javnost- The Public, The Journal of European institute for Communication and Culture, vol. 16, n° 1, 2009, p. 59-72.

Jouët , Josiane, «Pratiques de communication et figures de la médiation. Des médias de masse aux technologies de la communication», in Paul Beaud, Patrice Flichy, Dominique Pasquier et Louis Quéré (dir.), Sociologie de la communication, CENT, coll. Réseaux, 1997, p. 291-312.

Jouët , Josiane, «Retour critique sur la sociologie des usages», Réseaux, n° 100. 2000, p. 487-521.

Jouët , Josiane, «Sociologie des médias numériques», in Christine Leteinturier et Rémy Le Champion (dir.), Médias, information et communication, Paris, Ellipses, 2009, p. 104-121.

Jouët , Josiane et Le Caroff, Coralie, «L'actualité politique et la participation en ligne», in Josiane Jouët et Rémy Rieffel (dir.), S'informer à l'ère numérique, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2013, p. 117-157.

Jouët , Josiane et Rieffel, Rémy (dir.), S'informer à l'ère numérique, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2013.

Jutand, Francis (dir.), La Métamorphose numérique. Vers une société de la connaissance et de la coopération, Paris, Editions Alternative, 2013.

Kammouchner, Denis, Meirieu, Philipe et Stiegler, Bernard, L'Ecole, le numérique et la société qui vient, Paris, Mille et une nuits, 2012.

Karpik, Lucien, L'Economie des singularités, Paris, Gallimard, coll. Bibliothèque des Sciences humaines, 2007.

Kaufmann, Jean-Claude, L'Invention de soi. Une théorie de l'identité, Paris, Armand Colin, 2004.

Kessous, Emmanuel, Mellet, Kevin et Zouinar, Moustafa, «L'économie de l'attention: entre protection des ressources cognitives et extraction de la valeur», Sociologie du travail, n° 3, 2010, p. 359-373.

Koc Michalska, Karolina et Vedel, Thierry, «Les pratiques informationnelles durant la campagne présidentielles», in Pascal Perrineau (dir.), Le Vote normal. Les élections présidentielles et législatives d'avril-juin 2012, Paris, Presses de Sciences Po, 2013, p. 43-61.

Kyrou, Ariel, r2VOLUTION DU Net. Ces anonymes qui changent le monde, Paris, Editions Inculte, 2012.

Lagneau, Eric, L'Objectivité sur le fil. La production des faits journalistique à l'Agence de France Presse, thèse de doctorat en science politique de l'IEP Paris, 2010.

Lahire, Bernard, La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi, Paris, La Découverte, coll. La découverte-poche, 2006.

Lanier, Jaron, Who Owns the Future?, New York, Simon & Schuster, 2013.

Lardellier, Pascal, Le Pouce et la Souris : enquête sur la culture numérique des ados, Paris, Fayard, 2006.

Larizza, Olivier, La Querelle des livres, Petit essai sur le livre à l'âge numérique, Paris, Buchet-Chastel, 2012.

Lasch, Christopher, La Culture du narcissisme, Paris, Flammarion, coll. Champs, 2008.

Lazarsfeld, Paul, Berelson, Bernard et Gaudet, Hazel, The People's Choice. How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign, New York, Columbia University Press, 1948.

Le Cam, Florence, " Etats-Unis: les weblogs d'actualité ravivent la question de l'identité journalistique", Réseaux, n° 138, 2006, p. 139-158.

Le Champion, Rémy (dir.), Journalisme 2.0, Paris, La Documentation française, 2012.

Lecomte, Romain, «L'expression politique et activisme en ligne en contexte autoritaire. Une analyse du cas tunisien», Réseaux, n° 181, 2013, p. 51-86.

Le Crosnier, Hervé (dir.) Culturenum. Jeunesse, culture et éducation dans la vague numérique, Caen, C & F Editions, 2013.

Legavre, Jean-Baptiste, «Entre conflit et coopération. Les journalistes et les communications comme "Associés rivaux"», Communication & Langages, n° 167, septembre, 2011, p. 105-123.

Le Guern, Philippe, «No matter they do, they can never let you down... Entre esthétique et politique: sociologie des fans, un bilan critique», Réseaux, n° 153, 2009, p. 17-54.

Le Hay, Viviane, Vedel, Thierry et Chanvril, Flora, «Usages des médias et politique: une écologie des pratiques informationnelles», Réseaux, n° 170, 2011, p. 45-73.

Lemieux, Cyril (dir.), La Subjectivité journalistique, Editions de l'EHESS, 2010.

Leroi-Gourhan, André, Milieu et technique, Paris, Albin Michel, 1973 (1re édition 1945).

Le Saulnier, Guillaume, «La lecture de la presse en ligne. L'appropriation des contenus d'actualité au défi de la technique», in Josiane Jouet et Rémy Rieffel (dir.), S'informer à l'ère numérique, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2013, p. 57-83.

Lessing, Lawrence, L'Avenir des idées. Le sort des biens communs à l'ère des réseaux numériques, Lyon, Presses universitaires de Lyon, 2005.

Leteinturier, Christine, «Histoire des médias numérique» in, Christine Leteinturier et Rémy Le Champion (dir.), Médias, information et communication, Paris, Ellipses, 2009, p. 65-88.

Lev-On, Azi et Mann, Bernard, «Internet: la main invisible de la délibération», Esprit, mai 2006, p. 195-212.

Licoppe, Christian (dir.), L'Evolution des cultures numériques. De la mutation du lien social à l'organisation du travail, Paris, FYP Editions, 2009.

Licoppe, Christian, « La présence connectée », in Christian Licoppe (dir.), L'Evolution des cultures numériques. De la mutation du lien social à l'organisation du travail, Paris, FYP Editions, 2009, p. 29-32.

Livignstone, Sonia, Masheroni, Giovanna et Murru, Maria Francesca, « Utilisation des réseaux socionumériques par les jeunes Européens», Hermès, n° 59, 2011, p. 89-97.

Maigret, Eric et Macé, Eric (dir.), penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde, Paris, Armand Colin, 2005.

Manguel, Alberto, Une histoire de la culture, Arles, Actes Sud, 1998.

Manin, Bernard, Principes du gouvernement représentatif, Flammarion, coll. Champs, 2000.

Martin, Alaban, et toi, tu télécharges? Industries du divertissement et des médias à l'ère du numérique, Paris, Pearson, 2010.

Marty, Emmnuel, Rebillard, Frank, Pouchot, Stéphanie et Lafouge, Thierry, "Diversité et concentration de l'information sur le web. Une analyse à grande échelle des sites d'actualité français», Réseaux, n° 176, 2012, p. 29-72.

Mathias, Paul, Qu'est ce l'Internet? Paris, Vrin, 2008.

McKenzie, Donald Francis, La bibliographie et la sociologie des textes, Paris, Editions du Cercle de la librairie, 1991.

McLuhan, Marshall, Understanding Media. The Extensions of Man, New York, McGraw-Hill, 1964; trad fr. Pour comprendre les medias. Les prolongements technologiques de l'homme, Tours/Paris, Mame/Seuil, 1968.

McManus, John H., Market-Driven Journalism. Let the Citizen Beware? Lonres, Sage, 1994.

Méadel, Cécile et Sonnac, Nathalie, "L'auteur au temps du numérique", Esprit, n° 5, 2012, p. 102-114.

Méadel, Cécile et Sonnac, Nathalie (dir.), L'auteur au temps du numérique, Labs Hadopi/Editions des archives contemporaines, 2012.

Médias, «Monde arabe: les révolutions 2.0 n'ont pas eu lieu» (dir. Riah Ferjani et Tristan Mattelart), «Média-Morphoses»/ INA, n°30, automne 2011.

Medium, «Secrets à l'ère numérique», n° 37-38, octobre 2013-mars 2014.

Mehl, Dominique, La Télévision de l'intimité, Paris, Editions du Seuil, 1996.

Meirieu, Philippe, «La pédagogie et le numérique: des outils pour trancher?», in Denis Kambouchner, Philippe Meirieu et Bernard Stiegler, L'Ecole, le numérique et la société qui vient, Paris, Mille et une nuits, 2012.

Mellet, Kevin, «Aux sources du marketing viral», Réseaux, n° 157-158, 2009, p. 267-292.

Mellet, Kevin, «Marketing en ligne», Communications n° 88, 2011, p. 103-111.

Mercklé, Pierre et Octobre, Sylvie, « La satisfaction sociale des pratiques numériques des adolescents », RESET, vol. 1, n° 1, 2012 ; http://www.journal-reset.org/index.php/RESET/article/view/3

Merlant, Philipe et Chatel, Luc, Médias, la faillite d'un contre-pouvoir, Fayard, Paris, 2009.

Merton, Robert King, « The Mattew Effet », science, vol. 159, n° 3810, 1968, p. 56-63.

Metton, Celine, «L'autonomie relationnelle. SMS, chat et messagerie instantanée», Ethnologie française, vol. 40, n° 1, 2010, p. 101-107.

Moatti, Alexandre, « Le numérique, adjectif substantivé », Le Débat, n° 170, 2012, p. 133-137.

Monnoyer-Smith, Laurence, Communication et délibération. Enjeux technologiques et mutations citoyennes, Paris, Hermès, 2010.

Monnoyer-Smith, Laurence, «La participation en ligne, révélateur d'une évolution des pratiques politiques?», Participations, n° 1, 2011, p. 156-185.

Monod, Jean-Claude, « Communications numériques : tous graphomanes», Sciences Humaines, n° 253, novembre 2013.

MONOD, Jean-Claude, Écrire. À l'heure du tout-message, Paris, Flammarion, 2013.

MORIN, Edgar, Les Stars, Paris, Éditions du Seuil, 1957.

MOROZOV, Evgeny, The Net Delusion. The Dark Side of Internet Freedom, New York, Public Affairs, 2011.

Musso, Pierre, Critique des réseaux, Paris, PUF, 2003.

NORRIS, Pippa (dir.), Critical Citizens. Global Support for Democratic Governance, Oxford, Oxford University Press, 1999.

OCTOBRE, Sylvie, « La lecture à l'ère numérique. Au commencement était le livre. Et à la fin le texte », Études, vol. 418, mai 2013, p. 607-618.

OCTOBRE, Sylvie, « Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de cultures ? », Culture prospective, vol. 1, no 1, 2009, p. 1-8.

OLIVESI, Stéphane (dir.), Sciences de l'information et de la communication. Objets, savoirs, discipline, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2006.

OLLIVIER-YANIV, Caroline, « La communication publique. Communication d'intérêt général et exercice du pouvoir», in Stéphane Olivesi (dir.), Sciences de l'information et de la communication. Objets, savoirs, discipline, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2006, p. 97-112.

OLLIVIER-YANIV, Caroline, L'État communiquant, Paris, PUF, 2000.

PASQUIER, Dominique, Cultures lycéennes : la tyrannie de la majorité, Paris, Autrement, coll. Mutations, 2005.

PASQUIER, Dominique et JOUÈT, Josiane, « Les jeunes et la culture de l'écran. Enquête nationale auprès des 6-17 ans Réseaux, no 92-93, 1999, p. 25-102.

PERRINEAU, Pascal (dir.), Le Désenchantement démocratique, La Tour-d'Aigues, L'Aube, 2003.

PERRINEAU, Pascal (dir.), Le Vote normal. Les élections présidentielles et législatives d'avril-juin 2012, Paris, Presses de Sciences Po, 2013.

PERRINEAU, Pascal (dir.), Le Vote de rupture. Les élections présidentielles et législatives d'avril-juin 2007, Paris,. Presses de Sciences Po, 2008.

POULET, Bernard, La Fin des journaux et l'avenir de l'information, Paris, Gallimard, coll. Le Débat, 2009, p. 203.

Pour la Science, « Big Bang numérique. Les données massives changent-elles le monde ? », no 433, novembre 2013.

PROULX, Serge, « L'irruption des médias sociaux. Enjeux éthiques et politiques », in Serge Proulx, Mélanie Millette et Lorna Heaton (dir.), Médias sociaux. Enjeux pour la communication, Québec, Presses de l'université du Québec, 2012, p. 9-31.

PROULX, Serge et KwoK CHOON, Mary Jane, « L'usage des réseaux socionumériques : une intériorisation douce et progressive du contrôle social », Hermès, no 59, 2011»

p. 105-111.

PROULX, Serge, MILLETTE, Mélanie et HEATON, Lorna (dir.), Médias sociaux. Enjeux pour la communication, Québec, Presses de l'université du Québec, 2012.

PROUST, Marcel, Sur la lecture (1905), Arles, Actes Sud, 1988.

RACINE, Bruno, Google et le nouveau monde, Paris, Plon, 2010.

RAMONET, Ignacio, L'Explosion du journalisme. Des médias de masse à la masse de médias, Paris, Éditions Galilée, coll. L'Espace critique, 2011.

RAYMOND, Eric Steven, The Cathedral and the Bazaar. Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary, O'Reilly Media, 1999.

REBILLARD, Franck, « Du Web 2.0 au Web 2 : fortunes et infortunes des discours d'accompagnement des réseaux socionumériques », Hermès, no 59, 2011, p. 25-30.

REBILLARD, Franck et SMYRNAIOS, Nikos, « Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne. Les cas de Google, Wikio et Paperblog », Réseaux, no 160-161, 2010, p. 163-194.

La Recherche, « Internet modifie-t-il notre cerveau ? », no 467 septembre 2012.

Réseaux, « Internet et pluralisme de l'information » (dir. Franck Rebillard), no 176, 2012.

RHEINGOLD, Howard, Les Communautés virtuelles, Paris, Addison Wesley France, 1995.

RIEFFEL, Rémy, « L'évolution des pratiques journalistiques », in Rémy Le Champion (dir.), Jounalisme 2.0, Paris, La Documentation française, 2012, p. 31-38.

RIEFFEL, Rémy, Mythologie de la presse gratuite, Paris, Le Cavalier bleu, 2010.

RIEFFEL, Rémy, Que sont les médias ?, Paris, Gallimard, coll. Folio actuel, 2005.

RIEFFEL, Rémy, La Tribu des clercs. Les intellectuels sous la V République, Paris, CNRS / Calmann-Lévy, 1993.

RIFKIN, Jeremy, L'Âge de l'accès. La nouvelle culture du capitalisme, Paris, La Découverte, coll. La Découverte-poche, 2005.

RIFKIN, Jeremy, La Troisième Révolution industrielle. Comment le pouvoir latéral va transformer l'énergie, l'économie et le monde, Paris, Éditions LLL, les liens qui libèrent, 2012.

ROCHELANDET, Fabrice, « Propriété intellectuelle », Communications, no 88, 2011, p. 121-130.

ROSA, Hartmut, Accélération. Une critique sociale du temps, Paris, La Découverte, coll. La Découverte-poche, 2013.

ROSADO, Eliana, « Qu'est-ce que lire ? », in Claire Bélisle (dir.), Lire dans un monde numérique, Villeurbanne, Presses de l'Enssib, 2011, p. 67-110.

ROSANVALLON, Pierre, La Contre-démocratie. La politique à l'âge de la défiance, Paris, Éditions du Seuil, coll. Points, 2008.

ROUET, François, Le Livre. Une filière en danger?, Paris, La Documentation française, 2013.

SALAÜN, Jean-Michel, Vu, su, lu. Les architectes de l'information face à l'oligopole du Web, Paris, La Découverte, 2012.

SAVARY, Nathalie, « La galaxie Wikimédia. Une dynamique du partage de la connaissance », Le Débat, no 170, 2012, p. 138-148.

SCHERER, Eric, A-t-on encore besoin des journalistes? Manifeste pour un journalisme augmenté, Paris, PUF, 2011.

Science et Vie, « La lecture change, nos cerveaux aussi » (dir. Philippe Testard-Vaillant et Kheira Bettayeb), no 1104, septembre 2009, p. 42-57.

SERRES, Michel, Petite Poucette, Paris, Éditions Le Pommier, 2012.

SHIRKY, Clay, Here Comes Everybody. The Power of Organizing Without Organizations, Londres, Penguin Books, 2008.

SIMONE, Raffaele, Pris dans la Toile. L'esprit aux temps du Web, Paris, Gallimard, coll. Le Débat, 2012.

SMALL, Gary W., MOODY, Teena D., SIDDARTH, Prabha, BOOKHEIMER, Susan Y., « Your Brain on Google : Patterns of Cerebral Activation during Internet Searching », The American Journal of Geriatric Psychiatry, vol. 17, no 2, février 2009, p. 116-126.

SOMMIER, Isabelle, FILLEULE, Olivier et AGRIKOLIANSKY, Éric (dir.), Généalogie des mouvements altermondialistes en Europe : une perspective comparée, Paris, Karthala, 2008.

SONNAC, Nathalie et GABSZEWICZ, Jean, L'Industrie des médias à l'ère numérique, Paris, La Découverte, coll. Repères, 2013.

SOUCHIER, Emmanuel, « L'écrit d'écran, pratiques d'écriture et informatique», Communication & langages, no 107, 1996, p. 105-119.

STENGER, Thomas, « La prescription de l'action collective », Hermès, no 59, 2011, p. 127-133.

STIEGLER, Bernard, GIFFARD, Alain et FAURÉ, Christian, Pour en finir avec la mécroissance. Quelques réflexions d'Ars Industrialis, Paris, Flammarion, 2009.

SUNSTEIN, Cass Robert, Republic.com, Princeton, Princeton University Press, 2002.

SUROWIECKI, James, La Sagesse des foules, Paris, Jean-Claude Lattès, 2008.

TARDE, Gabriel, L'Opinion et la foule, Paris, F. Alcan, 1901 • rééd. Éditions du Sandre, 2006.

Le Temps des médias, « Histoire de l'Internet, l'Internet dans l'histoire », no 18, 2012.

TERRA NOVA, « Moderniser la vie politique : innovations américaines, leçons pour la France », wvvw.tnova.fr, janvier 2009.

THOMPSON, John B., « Transformations de la visibilité », .Réseaux, no 100, 2000, p. 187-213.

TISSERON, Serge, « Intimité et extimité », Communications, no 88, 2011, p. 83-91.

TISSERON, Serge, L'Intimité surexposée, Paris, Hachette, coll. Pluriel, 2002.

TÔNNIES, Ferdinand, Gemeinschaft und Gesellschaft. Abhandlung des Communismus und des Socialismus als empirischer Culturformen, Lepizig, Fues, 1887 ; trad. fr. Communauté et société. Catégories fondamentales de la sociologie pure, Paris, Éditions Retz, 1977.

TURNER, Fred, Aux sources de l'utopie numérique. De la contre-culture à la cyberculture, Stewart Brand, un homme d'influence, Caen, C & F Éditions, 2012.

VANBREMEERSCH, Nicolas, De la démocratie numérique, Paris, Éditions du Seuil, 2009.

VANDENDORPE, Christian, Du papyrus à l'hypertexte. Essai sur les mutations du texte et de la lecture, Paris, La Découverte, 1999.

VANDENDORPE, Christian, « Le phénomène Wikipédia : une utopie en marche », Le Débat, no 148, janvier-février 2008, p. 17-30.

VANDENDORPE, Christian, « Quelques questions clés que pose la lecture sur écran », in Claire Bélisle (dir.), Lire dans un monde numérique, Villeurbanne, Presses de l'Enssib, 2011, p. 49-66.

VEDEL, Thierry, « L'idée de démocratie électronique. Origines, visions, questions » , in Pascal Perrineau (dir.), Le Désenchantement démocratique, La Tour-d'Aigues, L'Aube, 2003, p. 243-266.

VEYRAT-MASSON, Isabelle (dir.), Médias et élections. La campagne présidentielle de 2007 et sa réception, Paris, INA/ De Boeck, 2011.

VIDAL, Geneviève (dir.), La Sociologie des usages. Continuités et transformations, Paris, Lavoisier / Hermès science publications, 2012.

VIGNE, Éric, Le Livre et l'éditeur, Paris, Klincksieck, 2008.

WARNIER, Jean-Pierre, La Mondialisation de la culture, Paris, La Découverte, coll. Repères, 1999.

WEBER, Max, L'Éthique protestante et l'esprit du capitalisme, Paris, Gallimard, coll. Bibliothèque des Sciences humaines, 2003 ; coll. Tel, 2004.

WEI, Lu et HINDMAN, Douglas Blanks, « Does the Digital Divide Matter More? Comparing the Effects of New Media and Old Media Use on the Education-Based Knowledge Gap », Mass Communication and Society, vol. 14, no 2, 2011, p. 216-235.

WOJCIK, Stéphanie, « La démocratie électronique, mythe et réalité », in Jean-Vincent Holeindre et Benoit Richard (dir.), La Démocratie. Histoire, théories, pratiques, Auxerre, Éditions Sciences Humaines, 2010, p. 121127.

WOJCIK, Stéphanie, « Prendre la démocratie électronique au sérieux. De quelques enjeux et controverses sur la participation politique en ligne », in Elsa Forey et Christophe Geslot (dir.), Internet, machines voter et démocratie, Paris, L'Harmattan, 2011, p. 111-141.

ZHU, Erping, « Hypermedia interface Design : the Effects . of Number of Links and Granularity of Nodes », Journal of Educational Multimedia and Hypermedia, vol. 8, no 3, septembre 1999, p. 331-358.

ريمي ريفيل

■ ولد في العام 1954، فرنسي الجنسية.

■ عالم اجتماع حاصل على الدكتوراه في الآداب والعلوم الإعلامية

■ يدرس اجتماعيات الإعلام في جامعة باريس الثانية، وفي المعهد الفرنسي للصحافة، وسبق أن أشرف على إدارة هذا المعهد بين العامين 1994 و1999.

■ اهتم بالدراسات حول الصحافيين والمثقفين، وحول العلاقة بين الوسائل الإعلامية والثقافة.

■ فضلا على العديد من الدراسات، ألّف العديد من الكتب، وشارك في تأليف غيرها، من بينها:

- Mythologie de la presse gratuite, Le Cavalier Bleu, Paris, Collection MythO!, 2010, 96 p.

- Pontigny, Royaumont, Cerisy : au miroir du genre, avec Anne-Marie Duranton-Crabol, Nicole Racine & alii., Le Manuscrit, Collection : Recherche Université, 2006, 254 p.

- Que sont les médias ? Pratiques, Identités, Influences, Paris, Gallimard, 2005, collection « Folio actuel », 529 p.

- Sociologie des médias, Paris, Ellipses, 2e édition revue et augmentée, 2005 (1re éd. 2001), 223 p.

- Les médias et leur public en France et en Allemagne (codirection avec Pierre Albert, Ursula Koch, Philippe Viallon, Detlef Schröter) Paris, éditions Panthéon-Assas, 2003 (édition bilingue), 430 p.

- Les mutations du journalisme en France et au Québec (codirection avec Thierry Watine), éditions Panthéon-Assas, 2002, 318 p.

- Les journalistes français à l'aube de l'an 2000. Profils et parcours (avec Valérie Devillard, Marie-Françoise Lafosse, Christine Leteinturier), éditions Panthéon-Assas, 2001, 169 p.

- Les intellectuels sous la Ve République (1958-1990), Hachette

«collection Pluriel», 1995, 3 volumes.

- La tribu des clercs. Les intellectuels sous la Ve République, Calmann-Lévy, Collection : Liberté de l'esprit, 1994, 692 p.

- L'élite des journalistes : les hérauts de l'information, Presses universitaires de France, 1984, 220 p.

- Révolution numérique, révolution culturelle?, Edition Gallimard, Collection Folio Actuel, Paris, 2014, 356 p.

سعيد بلمبخوت

■ من مواليد العام 1959 بإقليم الجديدة، المغرب.

■ كاتب ومترجم.

■ ترجم عدة روايات منها:

- «الحضارة أمي»، لإدريس الشرايبي، و«حكاية سيدة مازغان»، لنيلسيا دولانوي، قيد النشر، دار أفريقيا الشرق، الدار البيضاء، ورواية «حكاية زوجين سعيدين»، لمحمد خير الدين، قيد النشر، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء.

■ كتب بالفرنسية رواية Les lauriers d'Isabelle، دار أديليفر، باريس، فرنسا، 2016، كما كتب بالفرنسية أيضا مجموعة قصصية: Moments fugaces، دار أديليفر، باريس، 2017.

■ له اهتمام بالعمل الجمعوي؛ فقد شارك في تأسيس:

- جمعية «تكافل»، وكان نائبا لرئيسها.
- «الجمعية البحرية» بالجديدة، وعمل مديرا إداريا ثم كاتبا عاما فيها.
- جمعية «مازكان» لسباق السيارات بالجديدة، كاتب عام.
- كما أسهم في تأسيس صالون «مازكان» للثقافة والفن بالجديدة.

الزواوي بغورة

■ أستاذ دكتور متخصص في الفلسفة المعاصرة.

■ يعمل حاليا، أستاذا في قسم الفلسفة، كلية الآداب، بجامعة الكويت.

■ له العديد من الكتب المؤلفة والمترجمة في المجال الفلسفي.

أ - في التأليف:

«اللغة والسلطة: أبحاث نقدية في تدبير الاختلاف وتحقيق الإنصاف»، دار الطليعة، بيروت - لبنان، 2017، و«المنهج البنيوي: أصوله ومبادئه وتطبيقاته»، دراسة ومعجم، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت - لبنان، 2016، و«الخطاب: بحث في بنيته وعلاقاته عند ميشيل فوكو»، دراسة ومعجم، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت - لبنان، 2015، و«الهوية والتاريخ: دراسات فلسفية في الثقافة الجزائرية والعربية»، منشورات ابن النديم ودار الروافد الثقافية - ناشرون، بيروت - لبنان، 2015، و«الاعتراف: من أجل مفهوم جديد للعدل»، دراسة في الفلسفة الاجتماعية، دار الطليعة، بيروت - لبنان، 2012، وباللغة الفرنسية CRITIQUE ET EMANCIPATION, Recherches foucaldiennes sur la culture arabe contemporaine, Paris, L'Harmattan, 2014.

ب - في الترجمة:

«التنوير والثورة: دراسة وترجمة لموقف ميشيل فوكو»، ابن النديم للنشر والتوزيع ودار الروافد الثقافية - ناشرون، بيروت - لبنان، 2015، و«تأويل الذات»، تأليف: ميشيل فوكو، دار الطليعة، بيروت - لبنان، 2011، و«يجب الدفاع عن المجتمع»، تأليف: ميشيل فوكو، دار الطليعة، بيروت - لبنان، 2003، و«معجم ميشيل فوكو»، تأليف: جوديث ريفال، دار سؤال وصوفيا، بيروت - لبنان، 2018.

كما ترجم عددا كبيرا من المقالات العلمية والبحثية، في عديد من المطبوعات الثقافية الرصينة التي تصدر في الكويت ودول عربية أخرى، بالإضافة إلى مقالات ثقافية في عدد من الدوريات.

■ شارك في كثير من المؤتمرات الوطنية والدولية، واضطلع ببعض المسؤوليات العلمية.

سلسلة عالم المعرفة

«عالم المعرفة» سلسلة كتب ثقافية تصدر في مطلع كل شهر ميلادي عن المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب - دولة الكويت - وقد صدر العدد الأول منها في شهر يناير من العام 1978.

تهدف هذه السلسلة إلى تزويد القارئ بمادة جيدة من الثقافة تغطي جميع فروع المعرفة، وكذلك ربطه بأحدث التيارات الفكرية والثقافية المعاصرة. ومن الموضوعات التي تعالجها تأليفا وترجمة:

1 - الدراسات الإنسانية: تاريخ ـ فلسفة - أدب الرحلات - الدراسات الحضارية - تاريخ الأفكار.

2 - العلوم الاجتماعية: اجتماع - اقتصاد - سياسة - علم نفس - جغرافيا - تخطيط - دراسات استراتيجية - مستقبليات.

3 - الدراسات الأدبية واللغوية: الأدب العربي - الآداب العالمية - علم اللغة.

4 - الدراسات الفنية: علم الجمال وفلسفة الفن - المسرح - الموسيقى - الفنون التشكيلية والفنون الشعبية.

5 - الدراسات العلمية: تاريخ العلم وفلسفته، تبسيط العلوم الطبيعية (فيزياء، كيمياء، علم الحياة، فلك) ـ الرياضيات التطبيقية (مع الاهتمام بالجوانب الإنسانية لهذه العلوم)، والدراسات التكنولوجية.

أما بالنسبة إلى نشر الأعمال الإبداعية ـ المترجمة أو المؤلفة ـ من شعر وقصة ومسرحية، وكذلك الأعمال المتعلقة بشخصية واحدة بعينها فهذا أمر غير وارد في الوقت الحالي.

وتحرص سلسلة «عالم المعرفة» على أن تكون الأعمال المترجمة حديثة النشر.

وترحب السلسلة باقتراحات التأليف والترجمة المقدمة من المتخصصين، على ألا يزيد حجمها على 350 صفحة من القطع المتوسط، وأن تكون مصحوبة بنبذة وافية عن الكتاب وموضوعاته وأهميته ومدى جدته وفي حالة الترجمة ترسل نسخة مصورة من الكتاب بلغته الأصلية كما ترفق مذكرة بالفكرة العامة للكتاب، وكذلك يجب أن تدوّن أرقام صفحات الكتاب الأصلي المقابلة للنص المترجم على جانب الصفحة المترجمة، والسلسلة لا يمكنها النظر في أي ترجمة ما لم تكن مستوفية لهذا الشرط. والمجلس غير ملزم بإعادة المخطوطات والكتب الأجنبية في حالة الاعتذار عن عدم نشره. وفي جميع الحالات ينبغي إرفاق سيرة ذاتية لمقترح الكتاب تتضمن البيانات الرئيسية عن نشاطه العلمي السابق.

وفي حال الموافقة والتعاقد على الموضوع ـ المؤلف أو المترجم ـ تصرف مكافأة للمؤلف مقدارها ألفا دينار كويتي، وللمترجم مكافأة بمعدل ثلاثين فلسا عن الكلمة الواحدة في النص الأجنبي (وبحد أقصى مقداره ألفان وخمسمائة دينار كويتي).

هذا الكتاب...

شهد العالم، مع بداية الألفية الثالثة، تطورا باهرا في مجال التكنولوجيا والتقنيات الرقمية، وقد بدأت العديد من التقنيات والتطبيقات - بالفعل - تغزو كل قطاعات النشاط البشري شيئا فشيئا؛ وذلك عبر التغيير من عاداتنا وعلاقتنا بالإعلام، والتأثير في معرفتنا وفي حياتنا المهنية وطرق ترفيهنا. كما أصبحت تلك الوسائل تمس الحميمية والهوية الشخصية، وتغير محيط شبكاتنا الاجتماعية. لذا، يمكن القول إننا أمام ثورة صناعية ثالثة مرتبطة بتنمية تكنولوجيا الإعلام والتواصل؛ وذلك بعد ثورة صناعية أولى ارتكزت على تطور الآلة البخارية والسكة الحديدية، ثم ثورة ثانية اعتمدت على استغلال الكهرباء والبترول.

بعد تعريف «الرقمي»، يحاول هذا الكتاب أن يشرح ما يغيره «الرقمي» عند الولوج إلى المعرفة والمعلومات، وهل يشجع ظهورَ شكل جديد من الإبداع وتبادلات جديدة لإنتاجات ذاتية؟ وهل يعتبر مصدرا حقيقيا للتجديد الثقافي؟ ويتطرق أيضا إلى ما يغيره «الرقمي» للوصول إلى المعلومة وما يتعلق بالآراء والتمثيلات في المجال السياسي، وما إذا كان يعمل على تيسير نقاش الأفكار، وتعزيز التحاور، وتوسيع المجال العمومي والديموقراطية التشاركية.

ويحاول الكاتب توضيح أن الهدف هنا هو إعطاء تحليل شامل لكل القطاعات المعنية بازدهار «الرقمي» في ميدان الثقافة، مع التركيز على بعض الجوانب الرئيسية وتحديد خطوط التصدع... ويترقب ما يمكن أن يقع: أشكال مؤانسة جديدة، أو علاقات جديدة من حيث الإبداع والمعرفة والإعلام والمواطنة، فتحليل هذه الرهانات الرقمية سيرتكز أساسا على مقاربة سوسيولوجية للمشكلات؛ لكنه سيأخذ بعين الاعتبار الاستعانة ببعض التساؤلات الفلسفية والنفسية وحتى الاقتصادية... ويذكر ريمي ريفيل أن الثورة التكنولوجية، مثل تلك المتعلقة بالرقمي، هي في الأساس غير مستقرة ومتناقضة، وتحمل في الوقت نفسه وعودا وتهديدات كبيرة؛ فالأمر يندرج في سياق تتعارض فيه قيم التحرر والانفتاح من جهة، وإستراتيجيات المراقبة والهيمنة من جهة أخرى.

ISBN 978 - 99906 - 0 - 593 - 8



إصدارات المجلس متوافرة إلكترونيا على موقعنا:
WWW. NCCAL. GOV. KW/PUBLICATIONS